

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TITULO DE LICENCIADA MULTILINGUE EN NEGOCIOS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN COLOMBIANO, SUS ESTRATEGIAS  
DE COMPETITIVIDAD EN EL PERIODO 2000-2009 Y LA APLICABILIDAD DEL  
MODELO INEXMODA EN ECUADOR**

**NATHALY YADIRA ALARCÓN REYES**

**QUITO, 2011**

## **DEDICATORIA**

Papi y Mami este trabajo es suyo, es el fruto de todo el esfuerzo, el amor y la dedicación que han puesto para poder darme una carrera para mi futuro, los amo con todo mi corazón y gracias por estar a mi lado incondicionalmente.

Quiero dedicar también este trabajo a mis profesores con quienes pasamos el día a día en nuestra vida universitaria, y a mis amigos por ser parte de esta hermosa etapa y haber compartido momentos alegres y tristes que sin duda nos permitieron crecer como seres humanos y profesionales. Nunca los olvidaré.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios, por llevarme a su lado a lo largo de esta vida siempre llenándome de alegría y gozo; y a todos y cada una de las personas que participaron y colaboraron en la investigación realizada, ya que invirtieron su tiempo y conocimientos para ayudarme a completar mi trabajo de grado.

Quiero agradecer a Jorgito Mora por haber aceptado ser mi director, por todo su apoyo y por sus conocimientos impartidos a lo largo de la carrera; a mis lectores: Stephane Vinolo y Berthita Morales quienes sin ninguna objeción accedieron a dar lectura a mi tesis y cuyos comentarios enriquecieron el contenido de este trabajo.

De igual manera, agradezco a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador-AITE, institución que ha sido de gran ayuda en la obtención de información.

Infinitas Gracias a mis padres por sus sabios consejos, por su amistad, por su confianza y por enseñarme el valor de la perseverancia y la humildad.

Por último quiero agradecer a todas aquellas personas que sin pedir nada a cambio compartieron pláticas, conocimientos y diversión. A todos aquellos que durante los cuatro años que duró este sueño lograron convertirlo en una realidad.

## INDICE

1.	TEMA .....	1
2.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.		
	<b>CAPÍTULO I</b>	
	<b>PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LA</b>	
	<b>CREACIÓN DE INEXMODA .....</b>	<b>7</b>
1.1.	El cluster productivo textil – confección .....	7
1.1.1.	Condiciones de los factores de desarrollo .....	8
1.1.2.	Condiciones de la demanda.....	12
1.1.3.	Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas .....	14
1.1.4.	Sectores afines y de apoyo .....	15
1.2.	Instituto para la Exportación y la Moda-INEXMODA.....	16
1.2.1.	Historia y Creación .....	17
1.2.2.	Estructura organizacional y programas.....	20
1.2.3.	Ferias Colombiamoda y Colombiatex .....	24
1.3.	Competitividad e Internacionalización .....	28
1.3.1.	Posicionamiento de franquicias y marcas extranjeras .....	29
1.3.2.	Valor Agregado .....	31
1.3.3.	Planes sectoriales: gremios y empresarios .....	34
	<b>CAPÍTULO II</b>	
	<b>LA INDUSTRIA TEXTIL-CONFECCIÓN COLOMBIANA.....</b>	<b>38</b>
2.1	Composición de sector textil – confección colombiano .....	38
2.1.1.	Tamaño del sector.....	39
2.1.2.	Estructura de la Cadena Productiva .....	42
2.1.3.	Factores de Producción: recursos intangibles, tecnología y maquinaria .....	45
2.2.	Estadísticas del Sector.....	49
2.2.1.	Nivel de Productividad .....	50
2.2.2.	Evolución de la Balanza Comercial.....	53
2.2.3.	Apertura comercial y aranceles para textiles y confecciones.....	56
2.3.	Principales actores para la promoción de las exportaciones .....	58
2.3.1.	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia .....	60
2.3.2.	Proexport .....	62
2.3.3.	Asociación Colombiana de Productores Textiles-ASCOLTEX .....	64
	<b>CAPÍTULO III</b>	
	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN ECUATORIANO .....</b>	<b>66</b>
3.1	Composición de sector textil – confección ecuatoriano.....	66
3.1.1.	Tamaño del sector.....	67
3.1.2.	Estructura de la Cadena Productiva .....	71
3.1.3.	Factores de Producción: recursos intangibles, tecnología y maquinaria .....	73
3.2.	Estadísticas del Sector.....	80
3.2.1.	Nivel de Productividad .....	81
3.2.2.	Evolución de la Balanza Comercial.....	83

3.2.3.	Apertura comercial y aranceles para textiles y confecciones .....	86
3.3.	Modelo Inexmoda en Ecuador.....	89
3.3.1.	Objetivos del Proyecto .....	90
3.3.2.	Proyecciones financieras del instituto en Ecuador .....	93
3.3.3.	Beneficios para la industria ecuatoriana en producción, ventas y capacidad competitiva .....	97
3.	ANÁLISIS .....	99
4.	CONCLUSIONES.. .....	101
5.	RECOMENDACIONES.....	103
2.	BIBLIOGRAFÍA.....	104

## INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1	
Empleos Plenos en el Sector Manufacturero.....	9
GRÁFICO No. 2	
Inversión Directa SENA en el Sector Textil.....	10
GRÁFICO No. 3	
Establecimientos del Cluster Textil-Confección.....	11
GRÁFICO No. 4	
Exportaciones Textiles y Confecciones de Colombia 2000-2009.....	32
GRÁFICO No. 5	
Eslabones De La Cadena Textil.....	35
GRÁFICO No. 6	
Tamaño del Mercado Internacional para Fibras Textiles y Confecciones.....	36
GRÁFICO No. 7	
Mercado Internacional de Prendas de Vestir.....	37
GRÁFICO No. 8	
Número de establecimientos del Sector Textil.....	40
GRÁFICO No. 9	
Producción Bruta del Sector Textil.....	41
GRÁFICO No. 10	
Generación de Empleo en el Sector Textil.....	42
GRÁFICO No. 11	
Evolución del Empleo Total del Sector Textil y Confecciones.....	46
GRÁFICO No. 12	
Calificación en Productividad Laboral.....	47
GRÁFICO No. 13	
Crecimiento de la Productividad Laboral.....	51
GRÁFICO No. 14	
Valor de la Producción en Fábrica.....	51
GRÁFICO No. 15	
Exportaciones Textiles y Confecciones.....	53

GRÁFICO No. 16	
Importaciones Textiles y Confecciones.....	54
GRÁFICO No. 17	
Balanza Comercial Textiles y Confecciones.....	56
GRÁFICO No. 18	
Apertura Comercial de América 2007.....	57
GRÁFICO No. 19	
Participación del Sector Textil-Confección en el PIB Manufacturero.....	67
GRÁFICO No. 20	
Número de Empresas del Sector Textil-Confección.....	68
GRÁFICO No. 21	
Personal Ocupado en el Sector Textil-Confección.....	69
GRÁFICO No. 22	
Producción Total del Sector Textil-Confección.....	70
GRÁFICO No. 23	
Composición de la Cadena Textil-Confección.....	71
GRÁFICO No. 24	
Encadenamiento del Sector Textil-Confección.....	73
GRÁFICO No. 25	
Empleo Total del Sector Textil-Confección Encuesta AITE.....	74
GRÁFICO No. 26	
Promedio de Antigüedad Maquinaria Textil Encuesta AITE.....	77
GRÁFICO No. 27	
Exportaciones del Sector Textil-Confección.....	83
GRÁFICO No. 28	
Importaciones del Sector Textil-Confección.....	84
GRÁFICO No. 29	
Balanza Comercial del Sector Textil-Confección.....	86
GRÁFICO No. 30	
Apertura Comercial América Latina.....	88

GRÁFICO No. 31	
Clasificación en facilidad de hacer negocios.....	89
GRÁFICO No. 32	
Nivel de Competitividad.....	91
GRÁFICO No. 33	
Beneficios del Instituto.....	91
GRÁFICO No. 34	
Estructura Organizacional CEMOTEX.....	92
GRÁFICO No. 35	
Fuentes y Usos de la Inversión.....	94
GRÁFICO No. 36	
Proyección de Gastos.....	95
GRÁFICO No. 37	
Proyección de Gastos.....	96



## INDICE DE TABLAS

TABLA No. 1	
Principales Ventajas de las Franquicias.....	30
TABLA No. 2	
Cifras de Productividad Laboral.....	48
TABLA No. 3	
Entidades de Apoyo a la Ciencia, Tecnología e Innovación.....	48
TABLA No. 4	
Productividad Laboral por Sectores de la Industria.....	51
TABLA No. 5	
Estructura del Arancel Colombiano por Capítulos.....	56
TABLA No. 6	
Clasificación en facilidad de hacer negocios.....	58
TABLA No. 7	
Beneficios de Afiliación a la Cámara de Comercio de Medellín.....	61
TABLA No. 8	
Producción del Sector Textil-Confección por Tamaño de las Empresas.....	70
TABLA No. 9	
Índice de Personal Ocupado del Sector.....	75
TABLA No. 10	
Proyectos Realizados por AITE 2001-2009.....	78
TABLA No. 11	
Cursos de Capacitación-Fundetex.....	79
TABLA No. 12	
Volumen Físico Industrial.....	82
TABLA No. 13	
Activos Fijos CEMOTEX.....	93
TABLA No. 14	
Condiciones de Financiamiento.....	94

TABLA No. 15	
Ingresos Adicionales-Afiliaciones.....	95
TABLA No. 16	
Resumen de Principales Indicadores.....	96

## **1. TEMA**

### **ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN COLOMBIANO, SUS ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD EN EL PERIODO 2000-2009 Y LA APLICABILIDAD DEL MODELO INEXMODA EN ECUADOR**

## **2. INTRODUCCIÓN**

La era globalizadora ha sido uno de los fenómenos que han impulsado el desarrollo económico de las naciones, y por supuesto ha permitido que las diversas y tan diferentes economías del mundo logren interconectarse a través de las relaciones comerciales. Y como resultado de esta dinamización internacional, las naciones desarrolladas han iniciado su proceso de industrialización a gran escala, incrementado los niveles del comercio, la cantidad de productos en cada uno de los mercados internacionales, y a la vez dejando que los consumidores del mundo cuenten con una variada oferta exportable a elegir.

Dentro de este escenario económico se han desempeñado varias de las actividades industriales que cumplen roles dentro de los países, ya sea por el aporte económico, el impacto en la sociedad, o por la trascendencia que ha logrado forjar en los mercados extranjeros. En el caso de los países en vías de desarrollo, las industrias que han logrado sobresalir han sido aquellas que disponen de pocos avances tecnológicos, valor agregado y especialización, al contrario de los desarrollados que han invertido sus esfuerzos en mejorar los niveles de producción para llegar a ser competitivos.

En este contexto se desenvuelve el sector textiles y confecciones. La producción de la industria textil y su crecimiento en los países en desarrollo, puede entenderse primero, además de los factores ya mencionados, por los acuerdos regionales, y por otro lado por la relocalización de las fases de producción en el mundo; es decir, el desplazamiento de los eslabones de la cadena a diversas partes del mundo para minimizar costos. Estas estrategias competitivas son las que han

llevado a que el resto de países con menos posibilidades de tomar estas acciones, busquen las maneras de incrementar la producción dentro de sus propios espacios.

Los efectos de esta dinamización productiva han llevado a que países como Colombia a la implementación e inversión en infraestructura capaz de generar los productos suficientes para satisfacer la demanda interna e internacional, permitiéndoles trabajar en las mismas condiciones y a la par de las industrias europeas y norteamericanas.

La industria de los textiles en el Ecuador tiene su trayectoria en cuanto a historia se refiere, pues forma parte de la actividad económica del país. Tiene sus inicios en la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra; es decir, no se posesiona como un productor, sino más bien como importador de esta materia prima.

Desde ese entonces este sector ha venido formándose como generador de empleo, convirtiéndolo así en el segundo más importante dentro de la actividad manufacturera del país en los aspectos laborales; y forma parte de los sectores significativos para las exportaciones ecuatorianas.

Dado el contexto globalizador, este sector no ha logrado llegar a los mercados internacionales con la misma firmeza de otros países, como por ejemplo Colombia y Perú, con una oferta exportable variada y competitiva en precios. Incluso, en el mercado local, la competencia con productos provenientes de otros países se ha convertido en un problema.

Frente a estos hechos, es imperioso para la industria tomar medidas que le permitan llegar al nivel competitivo que se requiere para poder estar a la par que los

países vecinos, y para esto la capacitación ha sido el medio esencial, al igual que la promoción de sus exportaciones mediante ruedas de negocios o visitas a ferias internacionales; dado que los resultados de estas actividades en los otros países surtió un efecto positivo.

Por su parte Colombia, ha sido un ejemplo de innovación para Latinoamérica. El sector textil de este país, al igual que el Ecuador, cuenta con una historia que nace en el auge algodonero. Su crecimiento a lo largo de los años se ha basado en la especialización y sectorización de su producción. La mayoría de las empresas textiles y confeccionistas se encuentran en Medellín, ciudad en el cual se ha enfocado la ayuda gubernamental para lograr que la competitividad del sector sea su fuerte. Y de hecho esto es lo que ha logrado el sector colombiano. En más veinte años ha ido desde la conformación de un cluster productivo hasta la realización de ferias conocidas en la región, las cuales generan grandes ingresos para el país.

Su éxito confluye en un hecho que marcó la historia de la industria textil colombiana, que fue la creación del Instituto para la Exportación y la Moda. Esta entidad ha sido la encargada de formar y brindar los medios para que los empresarios cuenten con las herramientas para que sus productos sean realmente competitivos en los mercados internacionales, así como el fortalecimiento del recurso intangible del sector.

Tal ha sido su trascendencia y la efectividad de sus estrategias que ha hecho que este país sea considerado como centro de la moda, textiles y confecciones latinoamericano, incluyendo el hecho de que las marcas de prendas de vestir más reconocidas del mundo se las fabrica en este país. Este hecho, aparte de ser totalmente nuevo, ha logrado que a través de sus actividades, las industrias extranjeras participen competitivamente en el mercado colombiano, asegurando la interacción del comercio y a la vez afianzado relaciones comerciales entre los países.

Así, el hecho de poder comparar los logros y el desarrollo de la industria ecuatoriana con la de su vecino colombiano ha sido uno de los principales motivos para la realización de este proyecto. La identificación tanto de fortalezas como debilidades del sector en cada país constituye uno de los primeros pasos para la determinación de las acciones y actividades que debería tomar el sector ecuatoriano para llegar al nivel competitivo de Colombia.

En cada capítulo, se encuentra enmarcado en la línea de pensamiento correspondiente al ámbito competitivo del modelo de Michael Porter, el cual explica cuáles son los factores que una nación necesita para llegar a la competitividad deseada, desde la perspectiva de la interacción de las empresas en el mercado local, su capacidad tecnológica productiva, hasta el posicionamiento en el mercados extranjeros.

Es necesario mencionar que son pocos los países que desarrollando la actividad de los textiles que ha buscado adaptar este tipo de métodos económicos administrativos de Porter, sobre todo los latinoamericanos puesto que aún se trabaja de manera empírica sin conocer las estrategias que permitan operar eficientemente; es decir, ser competitivos transformando las debilidades internas en fortalezas. Por tal motivo, es imperioso que la industria ecuatoriana complemente la experiencia en esta actividad para llevarla a un nivel superior; es decir, buscar las herramientas que le permitan crecer interna e internacionalmente.

El haber recabado los principios mencionados por Michael Porter han permitido dejar ver bajo la misma lupa los logros alcanzados por los dos países y la situación de los mismos, pues de esta forma también deja la posibilidad de vislumbrar la capacidad de alcanzar la competitividad a fin de obtener un mayor desarrollo.

Con estos antecedentes, lo que se pretende verificar en la investigación es, si el Ecuador, partiendo desde su necesidad por mejorar su capacidad competitiva,

puede desarrollar la idea de una posible creación de un instituto similar a Inexmoda en Colombia, tomando en cuenta también los hechos que han generado el impulso y crecimiento del sector textil-confección colombiano en cuanto a competitividad internacional; es decir que se tratará de analizar, por un lado la situación del sector textil-confección de Colombia y el desarrollo evidenciado gracias a las estrategias de competitividad para la internacionalización de los productos de la rama; y por otro la viabilidad para la aplicación del mismo modelo en el Ecuador tomando en cuenta su realidad productiva y competitiva.

Este análisis del sector ecuatoriano y colombiano, así como los medios implementados por Colombia en forma de desarrollo competitivo y de internacionalización, se enfoca en un espacio de tiempo de nueve años; es decir, desde el 2000 al 2009, periodo del cual se ha obtenido las cifras e información relevantes.

Dicha información, que afianza la seriedad y responsabilidad de esta disertación, tiene como soporte a varios documentos y textos tomados de las instituciones relacionadas al ámbito textil, como por ejemplo, la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador-AITE, a nivel internacional; y en Colombia, del Instituto para la Exportación y la Moda-INEXMODA, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y del Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico Textil-Confección de Colombia-CIDETEXCO. Además, se ha hecho uso de boletines y artículos publicados en el Internet, los cuales han permitido obtener los datos necesarios, que por la distancia a las entidades colombianas, no se las puede obtener físicamente; además otras fuentes como entrevistas, tanto radiales como realizadas por la autora, las cuales han ayudado a dar un matiz profundo, real y cercano sobre el tema del sector textil-confección.

El enfoque impartido dentro de la carrera de Negocios y Relaciones Internacionales en cuanto al comercio exterior y la economía, es la base de este estudio para indagar con detalle la actividad textil y su impacto en el desarrollo

tanto de Colombia como del Ecuador. La combinación de los conocimientos adquiridos, como lo teórico, y la realidad económica y productiva de la industria textil, como lo práctico, permitirá al lector conocer a fondo y desde una perspectiva competitiva uno de los sectores económicos con mayor desarrollo en Colombia y Ecuador.



# CAPÍTULO 1

## ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LA CREACIÓN DE INEXMODA

### 1.1. El cluster productivo textil – confección

La actividad textil-confección en Colombia tuvo su inicio en el año de 1990, año en el que se crearon las primeras fábricas textiles en la ciudad de Medellín debido a la importancia que tenía esta ciudad por ser el centro de la producción cafetera.<sup>1</sup>

El desarrollo competitivo inicia en esta época, pues la industria concentrada en Medellín enfatizó sus esfuerzos a la modernización de las plantas con la finalidad de incrementar las ventas del sector y reactivar la economía de este país, logrando productos de mejor calidad y valor agregado en sectores agrupados a manera de clusters.<sup>2</sup>

Según el sistema de competitividad desarrollado por Michael Porter el cluster<sup>3</sup> forma parte de las bases de la estructura del Diamante de las ventajas competitivas pues este conjuga y reúne a los actores de todo un sector con la finalidad de potencializar su desarrollo productivo.<sup>4</sup>

Porter plantea la importancia de analizar a los factores de producción, la demanda, la estructura de las empresas y los sectores afines que pueden complementar a la industria. Estos factores ayudan a determinar el impacto que

---

<sup>1</sup> Cfr. ORTIZ Mayra, *Análisis de Pre-factibilidad para la creación de una empresa de maquila para la confección*, Proyecto de Grado, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín, Octubre 2005, documento PDF, p. 20, <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.110775/Capitulo1.pdf>. Acceso: 26 diciembre 2010, 16h00.

<sup>2</sup> Id.

<sup>3</sup> NB. Cluster es un complejo o concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, tanto hacia atrás con proveedores de insumos y equipos; como hacia delante y hacia los lados, industrias procesadoras y usuarias, como a servicios y actividades estrechamente relacionadas, con importantes y cumulativas economías externas, de aglomeración y especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios anexos específicos al sector) y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva.

<sup>4</sup> Cfr. PORTER Michael, *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, Plaza & Janes Editores S.A., Barcelona, 1991, p. 7.

tiene un determinado sector en el aspecto socio-económico de una nación, así como la capacidad para llegar a ser competitivo.<sup>5</sup>

Para el caso del sector textil-confección de Colombia, las estrategias de internacionalización se han centrado en el desarrollo de dos esquemas. El primero, la creación de un cluster que acoge a la mayoría de sectores propios a la industria y otros relacionados; y el segundo, la creación del Instituto Nacional para la Exportación y la Moda.<sup>6</sup>

Se analizará al cluster textil-confección bajo la perspectiva del Diamante de Porter; es decir, las condiciones de los factores de producción en lo relacionado a los recursos intangibles y a la infraestructura; las condiciones de la demanda; es decir el mercado interno y extranjero; a la rivalidad entre las empresas; y finalmente a los sectores afines.

#### **1.1.1. Condiciones de los factores de desarrollo**

La capacidad de un país para dotar de los factores necesarios permite el desarrollo de la competitividad de una industria, y por ende de una nación. Éstos al ser parte de la ventaja competitiva juegan un papel significativo en la eficiencia que pueda a llegar a tener un sector tanto a nivel nacional como internacional.<sup>7</sup> En lo referente al sector textil, existen dos factores de los cuales la industria se sustenta: mano de obra calificada e infraestructura, ésta última traducida a la capacidad productiva del cluster, el número de empresas que lo conforman y el acceso a tecnología.<sup>8</sup>

De acuerdo a las cifras de la Encuesta Anual Manufacturera realizada por la Dirección Nacional de Estadísticas –DANE, el sector manufacturero genera

---

<sup>5</sup> Id.

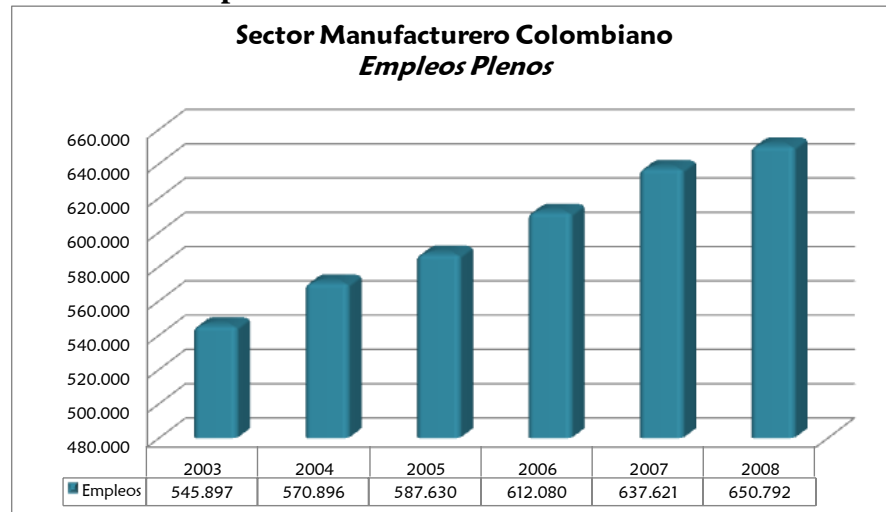
<sup>6</sup> Cfr. PRODUCTOS DE COLOMBIA, *Confecciones, Textiles y Algodón*, [http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones\\_Y\\_Textiles.asp](http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones_Y_Textiles.asp). Acceso: 23 enero 2010, 17h52.

<sup>7</sup> Id.

<sup>8</sup> Cfr. PORTER Michael, *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, Plaza & Janes Editores S.A., Barcelona, 1991, p. 7.

alrededor de 600 mil puestos de empleo directo y tal como se ve en el gráfico No.1, la curva es ascendente desde el 2001 al 2009.

**GRÁFICO No.1**  
**Empleos Plenos en el Sector Manufacturero**



Fuente: DANE-Colombia, <http://www.dane.gov.co>  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

De estos valores, el sector de la fabricación de prendas de vestir ha empleado en promedio a un 14% y la tejeduría de productos textiles a un 2,6% durante este periodo; es decir, esta industria contribuye mayoritariamente al desarrollo económico de la actividad manufacturera de Colombia a través grandes fuentes de trabajo.<sup>9</sup>

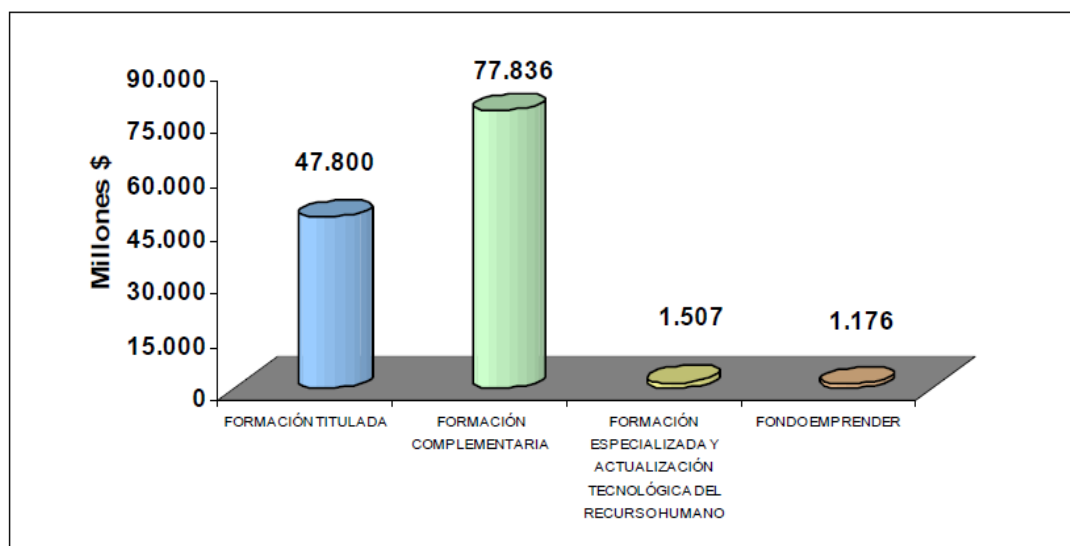
Las personas empleadas dentro de los textiles y confecciones se caracterizan por su nivel de especialización y conocimiento obtenidos de los programas y capacitaciones que se desarrollan como parte de las estrategias para lograr una mayor competitividad. La enseñanza y el desarrollo del recurso intangible recae en varias instituciones como por ejemplo la Cámara de Comercio de Medellín y el Servicio Nacional de Aprendizaje, los cuales han aportado en la formación de profesionales en textiles, confecciones, diseño y moda en capacitación técnica de éste recurso humano, formándolas para vincularlas al mercado laboral, empleadas o

<sup>9</sup> Cfr. DIRECCIÓN NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, *Empleos plenos en el sector manufacturero*, <http://www.dane.gov.co>. Acceso: 09 noviembre 2010, 10h50.

subempleadas, y realiza actividades de desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico.<sup>10</sup>

Dentro de la estrategia competitiva diseñado para maximizar la productividad y competitividad la industria ha adoptado, a través del SENA, planes de innovación y desarrollo tecnológico debido a la necesidad de conseguir una mayor capacitación del talento humano tecnológica y científicamente según competencias laborales;<sup>11</sup> y para ello ha generado algunos montos en inversiones, tal como lo muestra el gráfico No.2:

**GRÁFICO No.2**  
**Inversión Directa SENA en el Sector Textil**



Fuente: Dirección General del SENA  
Elaboración: Dirección General del SENA  
Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

La inversión, que en total suma \$128.319 millones, se ha realizado en varias áreas de especialización, siendo la más significativa en valor la de Formación Complementaria, y en este sentido la oferta educativa del SENA contribuyó a la actualización de los trabajadores vinculados y al mejoramiento del perfil ocupacional de las personas en búsqueda de empleo para que incrementaran sus

<sup>10</sup> Cfr. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, *Historia del SENA*, <http://www.sena.edu.co/Portal/Dirección+General/Historia+del+SENA/>. Acceso: 08 mayo 2010, 22h56.

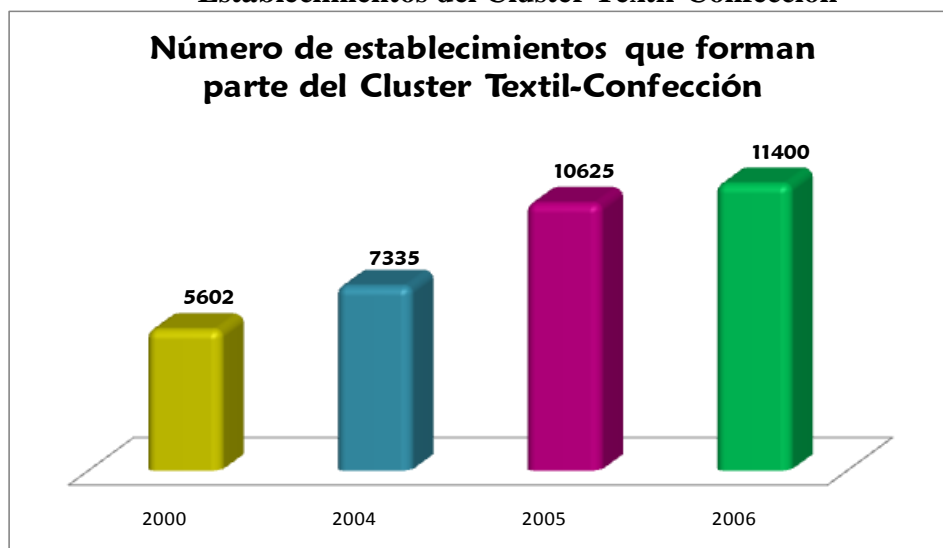
<sup>11</sup> Cfr. DIRECCIÓN NACIONAL DEL SENA, *Inversión social del SENA en el sector textil 2002-2006*, documento PDF, p.2, [www.sena.edu.co/.../CARTILLA%20SECTOR%20TEXTIL%202002-2006.pdf](http://www.sena.edu.co/.../CARTILLA%20SECTOR%20TEXTIL%202002-2006.pdf). Acceso: 30 marzo 2010, 23h35.

posibilidades de vinculación laboral en el sector o para que generaran su propio empleo.<sup>12</sup>

Los programas ofrecidos bajo esta modalidad al sector textil, muestran un incremento desde 58.252 cupos de alumnos en el 2002 a 150.294 cupos de alumnos en el 2006, presentándose un incremento del 158 %, con una utilización de 1.835.569 horas curso.<sup>13</sup>

Por otro lado se encuentra la infraestructura con la que cuentan las empresas en lo referente a la capacidad productiva y al número de empresas que conforman el cluster colombiano de esta rama. Para el año 2000 éste acogió en total a 5602 empresas relacionadas a la actividad textil-confección y afines, cifra que ascendió a 11400 para el 2006.<sup>14</sup>

**GRAFICO No.3**  
**Establecimientos del Cluster Textil-Confección**



Fuente: Oportunidades de inversión en el sector textil-confección-Alcaldía de Medellín  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>12</sup> Cfr. DIRECCIÓN NACIONAL DEL SENA, Op.Cit, p.7.

<sup>13</sup> Id.

<sup>14</sup> Cfr. ALCALDÍA DE MEDELLÍN, *Oportunidades de inversión en el sector textil, confección, diseño y moda de Medellín Colombia*, documento SlideShare, p.27, <http://www.scribd.com/doc/31892727/Sector-Textil-Confeccion-Disenio-y-Moda-en-Medellin>. Acceso: 08 diciembre 2010, 23h46.

Estas cifras muestran que el potencial de la industria crece a medida en la que se crean empresas pues esto permite que la oferta aumente y la capacidad productiva y exportadora se diversifique trayendo consigo beneficios para el ámbito competitivo del sector a nivel nacional e internacional.<sup>15</sup>

De estas cifras, alrededor del 84% se concentra en la ciudad de Medellín, lugar donde se creó el cluster, hecho que mayoritariamente se debe a los factores de asociatividad desarrollados y a las actividades de fomento industrial que han estado ligadas a la historia textil de este lugar.<sup>16</sup>

### **1.1.2. Condiciones de la demanda**

Aparte de contar con los factores como la mano de obra como parte de los elementos de la “Ventaja Competitiva”, otro de éstos se enfoca al papel que desempeña la demanda interior para los productos ofrecidos por las empresas en este caso textiles y confeccionistas.<sup>17</sup>

De acuerdo a esto, existen tres atributos que caracterizan a la estructura de la demanda local; como por ejemplo la composición del mercado interno o las características del consumidor local, así como la aceptación de los productos elaborados por el cluster dentro del mercado extranjero.<sup>18</sup>

La evolución y desarrollo a la cual haya llegado el mercado interno es el factor que determinará si las empresas pueden llegar a ser competitivas; es decir, que si los consumidores de un determinado país tienen como patrón de comportamiento a la exigencia, en cuanto a calidad, precios y diferenciación, pues las empresas que allí se desarrollan, a fin de cumplir con las exigencias de la

---

<sup>15</sup> Id.

<sup>16</sup> Cfr. ALCALDÍA DE MEDELLÍN, *Manual para invertir en Medellín en el sector textil-confección*, Colombia 2006, documento PDF, p. 22, [http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/V\\_medellin/obj/pdf/Manual%20inversion%20textil%20confeccion%202006.pdf](http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/V_medellin/obj/pdf/Manual%20inversion%20textil%20confeccion%202006.pdf). Acceso: 08 diciembre, 23h52.

<sup>17</sup> Cfr. UNIVERSIDAD DEL ISTMO, *El Diamante de Porter*, <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2005/14070.pdf>, p.6, Acceso: 01 marzo 2010, 11h46.

<sup>18</sup> Id.

demanda, deberían aumentar sus niveles de calidad y ofrecer productos novedosos a costos atractivos.<sup>19</sup>

El consumidor colombiano, debido a la experiencia en textiles y confecciones, ha adquirido la característica de ser exigente en aspectos de calidad e innovación, tendencia que ha permitido que las empresas se esfuercen por adquirir conocimientos nuevos dentro de la moda internacional, logrando aumentar su competitividad. Así por ejemplo, la tendencia del consumidor se encamina a la compra de productos textiles que no tengan un impacto negativo sobre el medio ambiente, lo que se ha denominado como ecología textil, y que se refleja en varias preferencias.<sup>20</sup>

El uso de fibras de origen natural, tales como el algodón, lino o lana, como materia prima para la fabricación de telas y prendas, en lugar de fibras sintéticas como el poliéster, dado que este último es un derivado del petróleo, y que no se degrada rápidamente. En cambio, las fibras naturales se descomponen y convierten en materia orgánica con facilidad, lo cual implica un bajo impacto ambiental cuando se desecha la prenda.<sup>21</sup>

Esta misma tendencia se mantiene en las preferencias del consumidor internacional lo que permite a la industria colombiana elaborar estrategias de internacionalización más efectivas que el resto de países de la región como la creación de “ecosellos”<sup>22</sup> que abran las puertas de mercados externos.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Cfr. FERIADE-FERIAS Y EVENTOS, *Colombiatex de las Américas*,

[http://www.feriade.com/colombiatex\\_de\\_las\\_americas\\_textil.php](http://www.feriade.com/colombiatex_de_las_americas_textil.php). Acceso: 09 diciembre 2010, 15h17.

<sup>20</sup> Cfr. MERIZALDE Nathalia, *Sector Textil: Tendencia Ecología Textil*, Contacto-i Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia-Medellín, [http://www.contacto-i.org/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=689&catid=3&Itemid=67](http://www.contacto-i.org/site/index.php?option=com_content&view=article&id=689&catid=3&Itemid=67). Acceso: 09 diciembre 2010, 23h22.

<sup>21</sup> Id.

<sup>22</sup> NB. Es un medio visual que permite orientar a los consumidores al interior de una sociedad, buscando que éstos prefieran productos o servicios que afecten en menor grado el medio ambiente, en comparación con productos o servicios similares. El Sello Ambiental Colombiano es un programa de diferenciación voluntario que permite identificar los productos no alimenticios disponibles en el mercado que cumplen con especificaciones ambientales.

<sup>23</sup> Id.

### 1.1.3. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

El ambiente empresarial en el mercado local y extranjero determina la forma como la cual la industria y sus miembros crecen y compiten; en el caso de las empresas del cluster, tanto textiles como confecciones, la rivalidad marca las estrategias competitivas que arman las empresas a fin de ganar mayor aceptación en el mercado local y extranjero. Sobre este aspecto, la rivalidad está determinada por las marcas y los precios de los bienes finales y de los insumos.<sup>24</sup>

Existen también factores como la incidencia de productos asiáticos, problema producido principalmente por el contrabando y que han hecho que la rivalidad empresarial aumente desplazando sus nichos de mercado hacia países extranjeros. Ésta situación ha permitido que los productos extranjeros acaparen una porción del mercado en el que las empresas de este sector participan; lo acaparan al ofrecer prendas a precios significativamente más bajos, que no pueden ser comparados con los precios locales existentes.<sup>25</sup>

En Colombia, la rivalidad, además de los factores de precio, está definida por otros aspectos propios del desarrollo de la industria local; como por ejemplo, el número de competidores pues la regla general es que a mayor número de competidores mayor será el grado de rivalidad y por ende las destrezas que adquiera la empresa, su tamaño y su poder. Estos mismos factores han influenciado al crecimiento del número de empresas dentro del cluster en las cifras antes mostradas del número de establecimientos por año.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Cfr. MELINA Laura, *Proyecto Emprendimiento III Confecciones Junior Baby*, Instituto de Educación Superior Bucaramanga-Colombia, documento Word, p.07, <http://emprendimientoiiiimercadeo.wikispaces.com/.../CONFECCIONES+JUNIOR+ BABY.doc>. Acceso: 11 diciembre 2010, 20h10.

<sup>25</sup> Cfr. GAMARRA Jorge, *Estrategias de competitividad para el sector de confecciones utilizando la tecnología como el promotor de las mismas*, documento PDF, p. 34, [http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge\\_Gamarras\\_Competitividad.pdf](http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge_Gamarras_Competitividad.pdf)[http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge\\_Gamarras\\_Competitividad.pdf](http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge_Gamarras_Competitividad.pdf). Acceso: 09 diciembre 2010, 23h39.

<sup>26</sup> Cfr. ARISTIZABAL Nestor, *Identificación de estrategias de mercados meta de los sectores metalmecánico, textil-confecciones y alimentos de la ciudad de Manizales*, Universidad Nacional de Colombia, 2005, documento PDF, p. 169, <http://www.bdigital.unal.edu.co/1107/1/nelsonaristizaballopez.pdf>. Acceso, 11 diciembre 2010, 20h43.



Así mismo, se encuentra la innovación que ha adquirido el cluster pues cada miembro del mismo se ha visto forzado a crear diseños y tendencias forjando a la creatividad como fuente de ventajas competitivas; es decir, la mezcla de estrategias innovadoras que combinan imagen, diseño y segmento objetivo ha determinado también el camino por el cual las empresas deben seguir para ser unas mejores que otras y a la vez lograr la satisfacción del cliente.<sup>27</sup>

#### **1.1.4. Sectores afines y de apoyo**

Michael Porter define a los sectores afines y de apoyo como la presencia o ausencia de proveedores y sectores similares a otros que sean internacionalmente competitivos. Los sectores también llamados conexos y auxiliares están relacionados son empresas que están relacionadas directa o indirectamente con el sector macro y permiten a través de su interrelación una mayor competitividad e internacionalización.<sup>28</sup>

Esta es una de las características del cluster pues estos sectores crean ventajas en los sectores que van tras los proveedores dentro de la cadena de producción-consumo; y una de éstas es por la vía de acceso rápido, eficaz y preferencial a los insumos rentables con relación a su costo. En este aspecto se integran insumos que van desde los hilados hasta accesorios de los bienes finales, especializaciones como diseño de modas e incluso el sector de calzado.<sup>29</sup>

La estrategia competitiva para los sectores conexos de producción nacional en su relación con el sector textil-confección ha otorgado beneficios en cuanto al aprovechamiento de los beneficio relacionados a tecnología, fabricación y comercialización; debido a que estos sectores competitivos integran la cadena de

---

<sup>27</sup> Id.

<sup>28</sup> Cfr. MARIN Ancizar, *El neoliberalismo y su impacto en la internacionalización económica de la industria textil colombiana 1990-2000*, Escuela Superior de Economía, México 2002, documento PDF, p.96, [http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/757/1/1130\\_2002\\_ESE\\_MAESTRIA\\_marin\\_correa\\_ancizar.pdf](http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/757/1/1130_2002_ESE_MAESTRIA_marin_correa_ancizar.pdf). Acceso: 10 diciembre 2010, 15h22.

<sup>29</sup> Id.

valor y hacen que surjan otros sectores nuevos; como por ejemplo la industria de los cosméticos y la de joyería y bisutería.<sup>30</sup>

## 1.2. Instituto para la Exportación y la Moda-INEXMODA

El Instituto para la Exportación y la Moda-INEXMODA es una entidad denominada como generadora de herramientas de investigación, comercialización, innovación, capacitación, internacionalización y competitividad para el sector textil-confección-canales de distribución y otros sectores afines al diseño y a la moda.<sup>31</sup>

INEXMODA ha contribuido con el desarrollo y fortalecimiento del sector convirtiéndose en un asesor para las empresas en temas de investigación, en especial sobre apertura de espacios estratégicos que logren unir la oferta y la demanda. Su trabajo ha estado enfocado a integrar al sector con la finalidad de desarrollar medios para facilitar la competitividad en los mercados nacionales e internacionales.<sup>32</sup>

Su trayectoria la ha convertido en un instituto único dentro de su género en Latinoamérica, establecida bajo la misión de desarrollar productos y/o servicios de investigación sobre estilos de vida, sensibilidades y conceptos de moda. Se ha encargado de organizar certámenes feriales propios del cluster y de programar formación y/o capacitación no formal que contribuyen para que el sector textil-confección-distribución y afines, diseñe y desarrolle productos y servicios que respondan adecuadamente a las demandas del propias del mercado.<sup>33</sup>

INEXMODA se ha encaminado para trabajar con varias instituciones de carácter educativo como universidades, agremiaciones y cámaras de comercio, entre otras, para fortalecer la capacitación; así como para apoyar las actividades de

---

<sup>30</sup> Cfr. DIARIO EL MUNDO, *Prenden motores en Colombiamoda*, versión online, Sección Económica, [http://www.elmundo.com/sitio/noticia\\_detalle.php?idedicion=1737&idcuerpo=1&dscuerpo=Secci%C3%B3n%20A&idseccion=5&dsseccion=Econ%C3%B3micas&idnoticia=89734&imagen=&vl=1&r=articulos\\_operaciones.php](http://www.elmundo.com/sitio/noticia_detalle.php?idedicion=1737&idcuerpo=1&dscuerpo=Secci%C3%B3n%20A&idseccion=5&dsseccion=Econ%C3%B3micas&idnoticia=89734&imagen=&vl=1&r=articulos_operaciones.php). Acceso: 10 diciembre 2010, 15h10.

<sup>31</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN Y LA MODA, *Sobre Inexmoda*, Colombiamoda 2010, <http://www.inexmoda.org.co/AcercadeInexmoda/tabid/4250/language/es-ES/Default.aspx>. Acceso: 11 diciembre 2010 15h54.

<sup>32</sup> Id.

<sup>33</sup> Cfr. OSPINA DUQUE Roque, *Inexmoda*, presentación power point, Medellín, Colombia, 1.3.

promoción de exportaciones, y con las visitas a las principales ferias de Europa, Estados Unidos y América Latina para invitar compradores y promover el cluster textil-confección colombiano.<sup>34</sup>

### 1.2.1. Historia y Creación

Inexmoda se creó el año de 1982 cuando se dio lugar a la realización del seminario “Influencia del factor moda en el marketing del producto textil-confección”, organizado por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, durante el cual cerca de 150 gerentes de mercadeo y ventas escucharon las conclusiones de los expertos internacionales sobre la situación del sector.<sup>35</sup>

Al final de dicho seminario, los expositores toparon un tema clave que dio luz para el inicio de la entidad, que es el conocimiento que de los empresarios en cuanto a cada uno de los eslabones de la cadena y los procesos necesarios para la elaboración de productos de excelente calidad; sin embargo, existía un ámbito que no había sido tomado en cuenta, que es el mercadeo y comercialización de los mismos.<sup>36</sup>

Frente a esta realidad, mencionaron a manera de solución, que Colombia y el sector de los textiles en específico era la creación de una entidad encargada de los intangibles para dar valor agregado no solamente en el producto en sí, sino desde la misma concepción del diseño y hasta el punto de venta, pasando por lo que tiene que ver, por ejemplo, con el arreglo de la vitrina o con el empaque del producto, es decir, una tarea completa, integral, de la cadena productiva.<sup>37</sup>

En el año 82 la industria textil pasaba por momentos de crisis, y varias empresas entre ellas Fabricato, entraron en concordato; sin embargo, la idea de un instituto para la coordinación de intangibles quedó latente pues era una de las

---

<sup>34</sup> Ibid. I.4.

<sup>35</sup> Cfr. ABAD Carolina, *Historia puntada por puntada*, Biblioteca Virtual de Arte en Colombia, <http://www.colarte.com/colarte/conspintores.asp?idartista=7960>. Acceso: 10 mayo 2010, 15h49.

<sup>36</sup> Id.

<sup>37</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Un caso exitoso de liderazgo-Sistematización de la Experiencia de Inexmoda*, Documentos Comunidad Cluster, Medellín, Colombia 2006. Acceso: 23 enero 2010, p. 13.

maneras mediante la cual se podía salir de dicha crisis y alcanzar un nivel de competitividad único en el país.<sup>38</sup>

De esta forma, y tras varias reuniones se dio paso a la creación de Inexmoda, pero es necesario también analizar es contexto dentro del cual esta entidad desarrolla su objeto social; es decir, el análisis de la Cadena fibra, textil, confección, moda, canales de distribución y afines. Dicha cadena es el compendio y resultado de la concertación entre los productores algodoneros, textiles, confeccionistas y gobierno que se reunieron con la finalidad de establecer condiciones competitivas tanto para telas como para las confecciones de este país.

Este espacio logró formarse a través de la consolidación cotidiana de una unidad común mediante el desarrollo de un proyecto que contaba como modelo al Instituto de Moda de España. La referencia de esta entidad, el representante de una de las empresas que formó parte de la creación de Inexmoda, tomó la iniciativa en el cual explicaba cómo se debía reunir compradores y vendedores en eventos de exposición dirigidos a proyectar la moda y en la especialización de aspectos textiles como el de los colores.<sup>39</sup>

Como parte del financiamiento para la creación de esta institución el gobierno colombiano aportó con el reembolso de los CERT o Certificados de Reembolso Tributario, este documento servía como instrumento flexible de apoyo a las exportaciones, y fue creado en diciembre 20 de 1983, con el propósito de promover las exportaciones de bienes y servicios, su diversificación y estimular la industria y los sectores productivos nacionales. Los Certificados de Reembolso Tributario fueron creados como documentos libremente negociables y es denominado como un incentivo activo, dada la injerencia directa del gobierno.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Cfr. ABAD Carolina, Op.Cit.

<sup>39</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, Op. Cit, p.30.

<sup>40</sup> Cfr. CANO Carlos Andrés, *Evaluación de la dinámica e incidencia del Certificado de Reembolso Tributario-CERT- en las exportaciones no tradicionales colombianas*, Revista Ecos de Economía, No. 16. Medellín, Marzo 2003, documento PDF, p.6, <http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/D56301F9-4C2D-4013-9997-40270777C041/102/16Art99.PDF>. Acceso: 08 mayo 2010, 12h43.

En el proceso de creación de Inexmoda la relación con los Cert inicia en 1985, cuando los principales productores de textiles y confecciones de Colombia viajaron a Washington para firmar el acuerdo de Suspensión ante el Departamento de EEUU, para evitar derechos compensatorios. Dicha firma implicaba para los exportadores colombianos una renuncia de una parte significativa de este documento.<sup>41</sup>

Para el sector de los textiles y la promoción de sus exportaciones, este Cert representaba el 20% de las exportaciones realizadas para el sector de las confecciones, y 14% para el sector de los textiles. Ésta era una renuncia a un incentivo y el problema con esto se basó en que estos porcentajes se redujeron significativamente; es decir, se bajó al 6% y al 9.5% para los respectivos sectores.<sup>42</sup>

Los dineros correspondientes al Cert renunciado que no fueron cobrados y pagados para la fecha de su creación, fueron retenidos y congelados en un fondo en el Banco de la República, de esta forma, los empresarios textiles y confeccionistas solicitaron a la Presidencia de la Asociación emprender las acciones pertinentes para obtener los recursos del fondo antes mencionado para usarlo como capital semilla de apoyo para la creación y puesta en marcha de la Oficina Coordinadora de Intangibles propuesta desde 1982.<sup>43</sup>

La directiva de Proexport expidió la resolución 12 de 1986 a través del cual se da paso al establecimiento del Fondo del Cert retenido y se asignó el 70% que significaba alrededor de \$210 millones a fin de crear la Oficina; y el 30% se destinó para pagar honorarios de lobbying para defensa de los mercados en Washington. Y de esta manera se dieron los primeros fondos para la creación de Inexmoda.<sup>44</sup>

Así se establece el instituto bajo la misión de ser *“una institución líder y facilitadora en el proceso de agregar mayor valor al producto textil-confección, de*

---

<sup>41</sup> Id.

<sup>42</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, Op. Cit, p.35

<sup>43</sup> Id.

<sup>44</sup> Id.

*acuerdo con los requerimientos del mercado, bajo parámetros de excelencia en investigación y creatividad que generen alta credibilidad y respaldo”.*<sup>45</sup>

### **1.2.2. Estructura organizacional y programas**

Inexmoda ha desarrollado y mejorado su forma de administrar y crear todo aquello que hace que sea una institución única en Latinoamérica. En general, los logros organizacionales se han visto reflejados en el fortalecimiento de sus activos intangibles.<sup>46</sup>

El primer resultado del éxito se da en el Aprendizaje Continuo, pues este ha partido desde la experiencia del instituto y el desarrollo de su gestión; y transformados en conocimientos que ha determinado la construcción de una curva de aprendizaje para el Instituto y la Cadena. El aprendizaje se ha fomentado gracias también al desarrollo de criterios y conocimientos especializados.<sup>47</sup>

Este aprendizaje se convirtió así en una capacidad estratégica que le permitió a Inexmoda focalizarse en el estudio, publicación y alfabetización a los intangibles de temas, conceptos y sensibilidades relacionados a la moda. Este campo de conocimiento es una actividad totalmente innovadora en el espacio geográfico donde se maneja esta institución, pues ha tenido que profundizar estos temas tomando como guía a los países europeos y norteamericanos, luego traducirlos y expandirlos a todas las empresas relacionadas al sector. El conocimiento obtenido en el exterior permitió que tanto el país como la región se posicione en cuanto a una vocación textilera, sobre todo en términos de saber hacer o know how, y el saber porqué o know why.<sup>48</sup>

Por otro lado se encuentra la capacidad que empezaron a desarrollar en cuanto al conocimiento profundo de los clientes, pues este aspecto, incluso por

---

<sup>45</sup> Ibid. p. 43

<sup>46</sup> Ibid, p.85

<sup>47</sup> Ibid, p.87

<sup>48</sup> Ibid, p.89

temas culturales, los empresarios de Colombia han usado como estrategia competitiva el hecho de personalizar la atención y gusto de los clientes nacionales e internacionales. Este conocimiento se basa en un sistema integral en el cual el cliente menciona y expone sus requerimientos y necesidades, y éstos son transformados en servicios de valor agregado que logran a la vez incrementar de manera sostenida el desempeño de los intangibles dentro del mercado.<sup>49</sup>

En un ambiente de perspectivas y posibilidades amplias y con un número de gente relacionada a la industria como es el caso colombiano y de la cadena textil, confección, moda, canales de distribución y afines, la capacidad de desarrollar criterios propios basados en el conocimiento real de las situaciones; es decir, la preparación de los intangibles es lo que verdaderamente vendría a sostener las labores del instituto. Todas estas características y logros en materia de organización y de manejo de intangibles son los que han impulsado y dado éxito a las ferias y programas que Inexmoda ha llevado a cabo. El nivel de competitividad se basa netamente en el fomento del recurso humano.<sup>50</sup>

Estos resultados han ido de la mano de la organización y creación de programas que han permitido el desarrollo competitivo del instituto, como es el caso del programa AFIN y el Informe de Sensibilidades y Conceptos de Moda-ISCI. Por un lado, el Programa de Actualización, Formación e Investigación dentro del sector que Inexmoda desarrolla semestralmente y que inició aproximadamente hace seis años con la finalidad de compartir y extender el conocimiento competitivo de los expertos que trabajan en el Laboratorio de la Moda, en áreas prioritarias del diseño, desarrollo y comercialización del producto textil-confección.<sup>51</sup>

Este programa pone énfasis en su objetivo cuando se llevan a cabo las ferias Colombiamoda y Colombiatex pues hace posible una mediación continua entre gremios, sectores, empresarios, autoridades, medios de comunicación y expertos en

---

<sup>49</sup> Ibid, p.91

<sup>50</sup> Ibid p.92

<sup>51</sup> Cfr. OSPINA DUQUE Roque, *Inexmoda*, presentación power point, Medellín, Colombia, 1.12, <http://65.111.172.158/upload/pdfs/INEXMODARoqueOspina.pdf>. Acceso: 15 febrero 2010, 17h28.

moda y textiles colombianos y extranjeros, con la finalidad de mantener la continua asistencia y lograr el incremento tanto de compradores como de vendedores.<sup>52</sup>

Una de las directrices del programa ha sido también el mantenimiento de relaciones internacionales y nexos con personajes relacionados a la moda que ayudarían a la consecución del objetivo de la formación de intangibles. Así, a las ferias han sido invitados personajes de la moda y el diseño como Oscar de la Renta, Bárbara Atkin de Moda Holt Renfrew, entre otros.<sup>53</sup>

La parte intangible, base de Inexmoda, ha desarrollado eventos con los cuales da cumplimiento con su misión facilitadora de los procesos empresariales que agreguen mayor valor a los productos y servicios de la cadena productiva fibras-textil-confección-canales de distribución. Asesorar, formar e investigar al sector textil-confección- canales de distribución, y otros sensibles al diseño y a la moda, ha sido durante siete años el pilar de AFIN que es el programa de capacitación continua que desarrolla Inexmoda y que ha tenido como reto el ofrecer una respuesta asertiva sobre las innovaciones propias de la industria.<sup>54</sup>

El ISCI es el informe de moda de Inexmoda que se basa en una investigación seria y especializada, resultado de las visitas que se realizan a ferias textiles, de confección y capitales de la moda de Europa, Estados Unidos y Brasil, aparte de las asesorías especializadas en sensibilidades y conceptos de moda de Nueva York y París.<sup>55</sup>

Todas estas visitas son realizadas por un grupo de profesionales del sector textil, confección, distribución colombiano, que se entrega por Inexmoda periódicamente a los empresarios del sector con la finalidad de que éstos trabajen

---

<sup>52</sup> Id.

<sup>53</sup> Id.

<sup>54</sup> Cfr. OSPINA DUQUE Roque, Op. Cit, I.12.

<sup>55</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Informa de Sensibilidad y Conceptos de Moda-ISCI*, <http://www.inexmoda.org.co/isci/Informaci%c3%b3nGeneral/tabid/591/Default.aspx>. Acceso: 10 mayo 2010, 13h24.



bajo criterios unificados y con elementos de color, textura y silueta para que en conjunto se elaboren prendas competitivas para el mercado internacional.<sup>56</sup>

El informe consta de información actualizada de tendencias de moda especializada por Universos del vestuario, para las temporadas primavera – verano y otoño – invierno, que es publicado de manera anticipada para los mercados femenino, masculino e infantil de vestuario exterior, moda íntima y vestidos de baño de Colombia. Éste se apoya con fotografías, collages a todo color, planos técnicos y una amplia carta de color.<sup>57</sup>

Dentro de este informe se encuentra el área del Laboratorio de la Moda formada por un equipo profesional y estructurado, encargado de la investigación y el análisis de las predicciones en los conceptos de moda que se hace por medio de viajes internacionales, consultorías, capacitación y actualización permanente. Dicha investigación es la materia prima para la elaboración de los siguientes documentos y actividades:

Informe de moda – ISCI.- es un material que se entrega a sus suscriptores y tiene como objetivo proporcionar a los profesionales del sector textil, confección y canales de distribución, una herramienta útil y práctica para el desarrollo acertado de colecciones, que cumplan con las exigencias necesarias para ser competitivos en el mercado nacional e internacional.

Foro de Macro-tendencias.- un espacio adecuado en la feria Colombiamoda donde los visitantes de la feria pueden conocer, vivir y reflexionar sobre las macro tendencias del mundo.

Foro Textil y de Insumos.- realizado durante la feria de Colombiatex de las Américas que consiste en una muestra significativa suministrada por el expositor de los productos que se ofrecen en los diferentes stands de la feria.

---

<sup>56</sup> Cfr. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Op. Cit., p.46.

<sup>57</sup> Id.

Un minucioso y completo análisis, en el se resalta la información de moda textil agrupada en diferentes categorías. Tiene como objetivo facilitarle la visita y compra a los asistentes a la feria.<sup>58</sup>

### 1.2.3. Ferias Colombiamoda y Colombiatex

Colombiatex es una feria que inició en el año de 1989, y que se la realiza en el mes de enero, básicamente la feria se trata de una muestra textil, de insumos, subcontratación, full package<sup>59</sup>, maquinaria y servicios para el sector de la confección y el hogar.<sup>60</sup>

La feria reúne bajo un mismo espacio a los productores y comercializadores de insumos para los textiles, las fibras, hilos e hilazas; así como aquellos de tejido plano, tejido de punto, Jacquard, no tejidos, bases de algodón, lanas y fibras manufacturadas; y también a empresarios que producen insumos para la confección como botones, hebillas, cierres, cintas, blondas, entretelas, marquillas, etiquetas, cuellos tejidos, etc.<sup>61</sup>

El evento, de acuerdo a los organizadores, busca descubrir los nuevos horizontes que enfrenta el sector textil, confección, diseño y moda en el mundo, e intenta dar una mano en lo que hace a la funcionalidad de los insumos y los textiles, que surge como una línea de crecimiento y se constituye en el factor diferenciador. Dicho factor diferenciador es entendido como aquello en cuya elaboración se ha pensado en la necesidad real del consumidor mas allá de lo básico, teniendo en cuenta el uso final del producto, siempre buscando el bienestar del usuario y sin

---

<sup>58</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Laboratorio de la Moda*, <http://www.inexmoda.org.co/isci/LaboratoriodeModa/tabid/608/Default.aspx>. Acceso: 10 mayo 2010, 13h28.

<sup>59</sup>NB. Full package o paquete completo es el término que se utiliza cuando una empresa confecciona para una marca internacional, incluyendo en el proceso desde los insumos, materia prima, tela, acabados hasta la confección en sí para entregarla como un solo producto final.

<sup>60</sup> Cfr, OSPINA DUQUE Roque, Op. Cit, I.8.

<sup>61</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, Op. Cit., p.47.

dejar de lado la estética; es decir, una macro-tendencia que marca la pauta en los desarrollos del sector actual.<sup>62</sup>

Dentro de la feria se desarrolla el denominado Pabellón del Conocimiento que cumple el rol de ser un espacio tipo foro en el cual se trata temas de innovación en cuanto a tecnología, incorporación de visiones interdisciplinarias al proceso productivo, entre otros; con el fin de desarrollar nuevos productos, encontrar nuevas aplicaciones a su portafolio actual y conquistar nuevos mercados y consumidores.<sup>63</sup>

Este año se desarrolló la versión No. 23 de esta feria, la cual contaba con la temática y slogan de “Más allá de lo convencional, más cerca de lo funcional”, bajo el cual se intentó dar una visión de las nuevas propuestas que presentan los expositores al gran número de visitantes y compradores locales e internacionales.<sup>64</sup>

Entre algunas de las cifras y resultados de esta feria se encuentran:

- Se concretaron y gestaron negocios con compradores nacionales e internacionales independientes; es decir quienes no asistieron con las misiones de Proexport, por un monto de US\$ 7.138.321.
- En cuanto a los compradores que vienen con Proexport, los negocios se cerraron por valores de US\$ 22.178.300 y se tienen expectativas de negocios por US\$ 62.000.000, de los cuales se destacan negocios con México, Perú y países centroamericanos.
- Con relación a la feria del 2009, ésta registró un incremento del 20% en los totales de ventas; es decir, ascendió a USD\$112.000.000.
- Se realizó una agenda de 16 conferencias académicas y un cine foro, la participación de cuatro expositores internacionales y el apoyo de

---

<sup>62</sup> Cfr. AMÉRICALATE-PORTAL PUBLICITARIO Y EMPRESARIAL, *Colombiatex: llega la feria textil más importante de la región*, viernes 15 de enero 2010, <http://www.americalate.com/2010/01/15/colombiatex-llega-la-feria-textil-mas-importante-de-la-region/>. Acceso: 10 mayo 18h40.

<sup>63</sup> Id.

<sup>64</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Colombiatex de las Américas 2010*, <http://www.inexmoda.org.co/tabid/3910/language/es-ES/Default.aspx>. Acceso: 11 mayo 2010, 12h42.

Lafayette, compañía proveedora de soluciones textiles superiores, con 68 años de experiencia en el mercado textil.<sup>65</sup>

Por su parte Colombiamoda se realiza anualmente en la ciudad de Medellín durante el mes de julio, y cuenta con la participación de empresas nacionales e invitados internacionales. Es un evento que, además de tener un gran poder de convocatoria entre empresas de todo el mundo y, se desarrolla como una muestra de diseñadores, de confección, línea de hogar, maquinaria y servicios especializados.<sup>66</sup>

Desde su primera edición, realizada en el año de 1990, esta feria se ha caracterizado por ser una oportunidad de negocios para todas y cada una de las empresas participantes, sin importar su tamaño o producto, puesto que éstos son los medios a través de los cuales se busca abrir mercados de comercio y mantener el mercado nacional alcanzado; es decir, ser la herramienta de competitividad de una empresa.<sup>67</sup>

El objetivo principal de la feria es el de tratar el acercamiento entre Europa que aporta tecnologías eficientes para el negocio e inversión y Latinoamérica que ofrece conocimiento, talento, bajos costos de producción y materias primas de la alta calidad; es decir, influir en el desarrollo de cadenas productivas de la industria textil, de cooperación e intercambio de tecnología, materias primas, diseño, comercialización y atracción de inversión extranjera.<sup>68</sup>

Aparte de las características antes mencionadas, se puede mencionar otras que se han podido visualizar de Colombiamoda:

- El alto grado de conocimiento de la oferta y del servicio ofrecido

---

<sup>65</sup> Cfr. CARABALÍ Beatriz, *Balance y cierre de Colombiatex 2010*, Gente Elite-revista electrónica, sección Eventos, <http://www.genteelite.com/eventos/colombiatex-americas-inexmoda-2010-resumen-balance-fotos.php>. Acceso: 11 mayo 2010, 13h05.

<sup>66</sup> Cfr. COLOMBIA-PORTAL OFICIAL DE TURISMO, *Colombiamoda de Medellín: las mejores marcas de ropa del mundo en Colombia*, sección Ferias y Fiestas, julio 2007, <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/ferias-y-fiestas/julio/colombiamoda-de-medellin>. Acceso: 12 mayo 2010, 16h00.

<sup>67</sup> Id.

<sup>68</sup> Id.

- La calidad de los productos, aptos para ser exitosos en cualquier mercado internacional
- El posicionamiento que ya han logrado las compañías en el mercado nacional
- La vocación exportadora de muchas de las compañías que hoy están vendiendo sus productos en mercados como Europa, Estados Unidos, la Comunidad Andina y México.<sup>69</sup>

Al igual que la Colombiatex, esta feria realizó su 21 edición en julio 2010, pero al término de la edición pasada también resaltaron cifras positivas de acuerdo a los organizadores, como por ejemplo:

- Se concretaron alrededor de 912 citas de negocios a través de la Rueda de Negocios
- Un ingreso de 8.500 personas, de las cuales 6.872 fueron visitantes-compradores nacionales y 1.400 compradores internacionales, sumados al número de visitantes y estudiantes
- El 63% del total de compradores internacionales asistieron por primera vez a la Feria y el 94% manifestaron su deseo de regresar.
- 8.500 asistentes al Pabellón del Conocimiento Inexmoda – Coltejer
- 380 asistentes al seminario de Eco-diseño
- Presentación de 420 expositores, en 23 pasarelas en las cuales se presentaron 7 diseñadores internacionales, 7 marcas comerciales, 3 de jóvenes talento y 6 de diseñadores nacionales. Un espacio amplio con más de 900 personas en promedio en cada una.
- Cubrimiento de más de 600 periodistas nacionales e internacionales.

---

<sup>69</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, Op. Cit., p.48.

- Negocios cerrados: US\$ 3.181.889 ; y un estimado de negocios: US\$ 10.229.645
- Expectativas de negocios totales sumadas a un año de US\$13.411.534<sup>70</sup>

### 1.3. Competitividad e Internacionalización

El objetivo a través de la creación del cluster textil-confección ha sido el de generar un desarrollo definitivo de la cadena en su conjunto por medio de acciones que le permitan ubicar al sector como una industria competitiva en el país y a su vez lograr altos niveles de innovación, rentabilidad y aceptación en los mercados extranjeros con productos de gran valor agregado.<sup>71</sup>

Principalmente, este objetivo se ha basado en tres pilares fundamentales:

- Promoción de la inversión y la internacionalización basada en acceso a nuevos mercados, la atracción de inversión extranjera y el desarrollo empresarial;
- Incremento de la productividad y mejora en la gestión;
- Fomento de la innovación como oportunidad de crecimiento.<sup>72</sup>

Tanto la internacionalización, como la innovación, el desarrollo y la transferencia de tecnología son los factores que generan valor agregado pues permiten disminuir los tiempos de respuesta y mejorar la calidad de los productos debido a que todos los eslabones de la cadena tienen la oportunidad de coordinarse y poder instaurarse con mayor facilidad en los mercados con servicios y productos especializados y diferenciados, logrando a la vez potencializar la competitividad.<sup>73</sup>

<sup>70</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Colombiamoda 2010, Balance de la feria anterior*, <http://www.inexmoda.org.co/colombiamoda2010/LanuevaColombiamoda/Balanceferiaanterior/tabid/4187/language/es-ES/Default.aspx>. Acceso: 12 mayo 2010, 16h25.

<sup>71</sup> Cfr. ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PRODUCTORES TEXTILES, *Colombia Textil*, Publicación oficial de Acoltex, Edición No. 147, Editora Digital Express, Medellín-Colombia, mayo 2008, documento PDF, p. 18, [http://acoltex.com/pdfs/revista\\_147.pdf](http://acoltex.com/pdfs/revista_147.pdf). Acceso: 15 diciembre 2010, 17h14.

<sup>72</sup> Ibid. p.19.

<sup>73</sup> Id.

Las acciones que se han desarrollado a través del cluster y de las entidades privadas y estatales han permitido que la cadena textil-confección sea productiva logrando que varias marcas internacionales inicien procesos de maquila en este país y posiciones franquicias y tiendas para exportar desde allí sus productos hacia los mercados latinoamericanos.<sup>74</sup>

### 1.3.1. Posicionamiento de franquicias y marcas extranjeras

La estrategia de competitividad generada por medio del posicionamiento de franquicias ha sido una de las maneras mediante las cuales la industria colombiana ha ganado frente a otros países en acceso a mercados. El sector de las confecciones y moda para el año 2005, por ejemplo, ocupaba alrededor del 29,23% de participación del mercado total de franquicias en Colombia, porcentaje que se encuentra dividido de la siguiente manera:

- Moda Masculina y Femenina: 21,03%
- Moda Íntima: 1,03%
- Moda Infantil y Juvenil: 2,56%
- Moda de Complementos Varios: 4,62%<sup>75</sup>

Estas cifras se basan en el protagonismo de las actividades como los servicios especializados y la expansión de negocios multisectoriales que ofrece el sector textil-confección mediante las estrategias anteriormente mencionadas.<sup>76</sup> Este sistema estratégico ha otorgado varias ventajas a las empresas que lo adoptan. En la tabla No.1 se presenta una matriz con las principales ventajas de la obtención de franquicias:<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> Id.

<sup>75</sup> Cfr. MÁS FRANQUICIAS-EL PORTAL DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA, *Las franquicias se imponen en el sector moda y confección*, [http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=las franquicias se imponen en el sector moda y confeccion](http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=las%20franquicias%20se%20imponen%20en%20el%20sector%20moda%20y%20confeccion). Acceso: 15 diciembre 2010, 23h15.

<sup>76</sup> Id.

<sup>77</sup> Cfr. AYALA María Victoria, *Situación Actual de la Franquicia en Colombia*, Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, documento PDF, p. 4, <http://www.escuelaing.edu.co/micrositio/admin/documentos/la%20franquicia.pdf>. Acceso: 15 diciembre 2010, 17h45.

**TABLA No. 1**  
**Principales Ventajas de las Franquicias**

VENTAJA	DESCRIPCIÓN
<b>Generadora de empleo y de cadenas productivas</b>	Este modelo se ha desarrollado en épocas de crisis económicas donde las franquicias han sido una fuerza estabilizadora y generadora de divisas y empleo a mano de obra de costos bajos, permitiendo la generación de cadenas productivas.
<b>Desarrolla el emprendimiento</b>	Las franquicias se han convertido en un modelo de negociación que ha permitido a un número grande de empresas de todo el mundo, incrementar su rentabilidad y ampliar considerablemente su mercado.
<b>Facilita economías de escala</b>	Para proveer todos los puntos de la red de franquicias, se realizan compras de insumos al por mayor, esto permite obtener economías de escala en los procesos de producción en cada punto de la red.
<b>Exige la Innovación tecnológica permanente</b>	Con el fin de mantenerse en el mercado los productos, el servicio y el Know How son objeto de un constante mejoramiento y aplicación de nuevas tecnologías para lograr la competitividad.
<b>Facilita la transmisión de conocimientos Know – How</b>	Este efecto es uno de los grandes beneficios del modelo de franquicias, ya que permite la transmisión de conocimientos técnicos, la capacitación del empresario y sus empleados por parte de la empresa que vende la franquicia, basados en su experiencia y verificados por ella. El Know – How se transmite por medio de manuales, asesoría y entrenamiento permanente.
<b>Promueve la calidad y el servicio al cliente</b>	El posicionamiento de una franquicia depende de las estrategias de calidad y de servicio al cliente que tiene relación con los valores, costumbre y hábitos de cada región en la que ha decidido establecerse. Para que la franquicia tenga éxito, ésta debe responder a las características y condiciones de la cultura de un país.
<b>Facilita el posicionamiento en el mercado</b>	La marca garantiza una aceptación y reconocimiento en el mercado nacional o internacional. Las franquicias son una respuesta al mundo globalizado, hay muchos ejemplos de sistemas de franquicias que de ser pequeñas y medianas empresas se han convertido en empresas multinacionales por medio de su operación en varios países.

Fuente: Situación Actual de la Franquicia en Colombia, Escuela de Ingeniería.  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Debido a estas ventajas, marcas como la italiana Americanino o Mango han posicionado sus franquicias dentro de la industria colombiana, constituyéndola en su



centro de producción y distribución de sus productos al resto de mercados en América Latina. Por un lado, Americanino, creada en el año de 1975 en Italia, es una marca reconocida de jeanswear de moda juvenil inspirada en los americanos y su estilo de vida. Esta franquicia llega a Colombia en 1989, cuya licencia fue adquirida por la empresa Comodin S.A. para fabricarla en este país y a su vez comercializarla en la Región Andina y en Norteamérica. Cuenta con más de 25 puntos de venta sólo en Colombia y produce cerca de un millón de unidades para las ventas nacionales y de exportación.<sup>78</sup>

La firma Mango tiene su origen en España en el año de 1984 y es una de las marcas de ropa femenina reconocida en el mundo de la moda. Esta multinacional está dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas de vestir y complementos, y tiene cerca 1.700 tiendas en alrededor de 100 países en el mundo.<sup>79</sup> La franquicia ubicada en Colombia se encarga de la producción y comercialización de dos de las colecciones elaboradas por esta marca; es decir, alrededor de 500.000 prendas por año.<sup>80</sup>

### 1.3.2. Valor Agregado

El sector textil-confección abarca a la mayoría de los eslabones de la cadena productiva; es decir, se produce desde fibras hasta confecciones, y es esta última la que mayor participación tiene en las exportaciones de este país. Tal como se puede ver en el siguiente gráfico, las partidas del capítulo de Prendas de vestir son las que se exportan en mayor cantidad, en éstas están las confecciones en general que en las

---

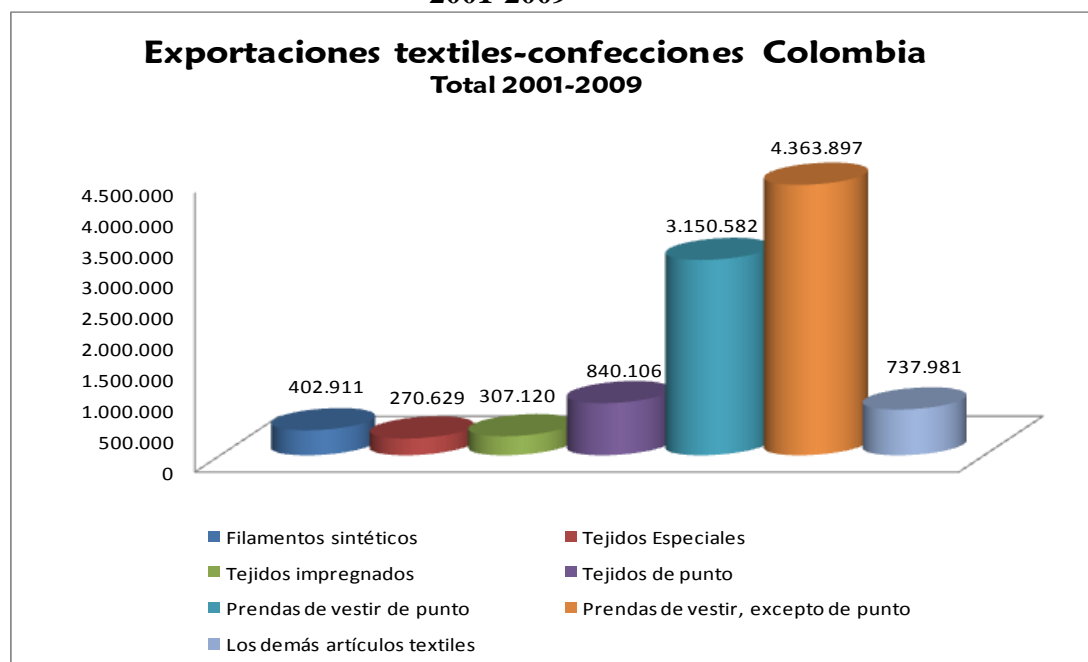
<sup>78</sup> Cfr. MÁS FRANQUICIAS-EL PORTAL DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA, *Americanino*, <http://www.masfranquicias.com/directorio/franquicia.php?franquicia=americanino>. Acceso: 15 diciembre 2010, 16h06.

<sup>79</sup> Cfr. MANGO, *Detrás de la marca*, <http://www.mango.com/oi/index.html?alias=servicios#company#es&principal=&branch=empresa>. Acceso: 15 diciembre 2010, 16h57.

<sup>80</sup> Cfr. MÁS EXPANSIÓN -REVISTA DE FRANQUICIAS, *Mango se expande en Colombia*, [http://www.masfranquicias.com/masexpansion/contenidos/contenido.php?contenido=mango\\_abrira\\_nuevos\\_puntos\\_de\\_venta\\_en\\_colombia](http://www.masfranquicias.com/masexpansion/contenidos/contenido.php?contenido=mango_abrira_nuevos_puntos_de_venta_en_colombia). Acceso: 15 diciembre 2010, 16h58.

que la industria ha aportado el mayor porcentaje de valor agregado debido al potencial de sus factores de producción.<sup>81</sup>

**GRAFICO No.4**  
**Exportaciones Textiles y Confecciones de Colombia**  
**2001-2009**



Fuente: Trade Map  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Tanto los textiles como las confecciones representan en conjunto aproximadamente el 92% del valor agregado de la cadena de valor; y a su vez 8% del valor agregado de la industria en Colombia.<sup>82</sup>

La competitividad del sector en cuanto al valor agregado se basa en tres ejes: innovación, variedad de materiales y diseño.<sup>83</sup> Por un lado, en cuanto a innovación, el Instituto para la Exportación y la Moda-INEXMODA lanzó el proyecto denominado “Plataforma para la innovación del sector textil-confección”, a través del cual se busca llevar a cabo una misión para trabajar con entidades italianas para

<sup>81</sup> Cfr. BRITO Tatiana, *Manual de Acceso a Mercados del Sector Textil, Confección, Diseño y Moda Colombiano*, Departamento de Coordinación de Inteligencia Económica, Instituto para la Exportación y la Moda, Septiembre 2009, p.5. <http://www.inexmoda.org.co/Portals/0/doc/PDF/ManualMercados.pdf>. Acceso: 16 diciembre 2010, 15h44.

<sup>82</sup> Id.

<sup>83</sup> Cfr. *El sector textil y de la confección se destaca en todo el mundo*, Diario El Tiempo, Sección Otros, 29 julio 2009, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>. Acceso: 16 de diciembre 2010, 17h04.

la transferencia de conocimientos a empresarios y académicos relacionados a la industria a fin de puedan, por una parte, tener herramientas sobre el know how de la moda internacional y puedan incrementar el valor agregado a los productos, y además para transmitir todos estos conocimientos al resto de actores de la cadena productiva.<sup>84</sup>

En lo relacionado a la variedad de insumos o materiales el mercado de estos productos es determinante pues este eslabón se encuentra en los inicios de toda la cadena productiva. Los proveedores de insumos han logrado alcanzar altos niveles de eficiencia en los procesos comerciales y de logística por medio de estándares relacionados a la tecnología y comunicación electrónica.<sup>85</sup> Su mercado se ha expandido hacia la exportación logrando que de los 1 200 millones de dólares que exporta Colombia en textiles, 60 millones correspondan a insumos y en el mercado interno esta cifra alcance los 150 millones de dólares.<sup>86</sup>

Por otro lado, el diseño es otro de los elementos que han contribuido al valor agregado de los productos textiles y confecciones pues ha permitido que la industria evolucione de la maquila a la confección de marcas propias con diseños y servicio de full package, sistema que a las empresas confeccionar un producto para una marca internacional al cual le agrega todo: el diseño, la tela, la costura, las hebillas, el acabado. Y se encarga de entregar la prenda terminada al cliente. Esta estrategia garantiza al sector una mayor ganancia, ya que genera mayor valor en la cadena productiva.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> Cfr. FASHION CREATOR TV MAGAZINE ONLINE, *Misión Milan-Plataforma de Innovación para el sector textil-confección*, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>. Acceso: 17 diciembre 2010, 13h28.

<sup>85</sup> Cfr. INSTITUTO DE CODIFICACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL DE COLOMBIA- IAC, *Programa Materia Prima Textil e Insumos para la Confección*, PPT, I.19, <http://www.iaccolombia.org/images/iac/publicaciones/PRESENTACION%20INICIAL%20PROGRAMA.pdf>. Acceso: 17 diciembre 14h43.

<sup>86</sup> Cfr. COMERCIO EXTERIOR EN AMÉRICA Y ESPAÑA, *Colombia exporta 60 millones de dólares en insumos textiles*, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>. Acceso: 17 diciembre 2010, 14h50.

<sup>87</sup> Cfr. INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA-INEXMODA, *Full package: retos, compromisos y evolución*, Comunicado Julio 2007, <http://www.inexmoda.org.co/Comunicadosoficiales/Colombiamoda/2007/FullPackageRetoscompromisosyevoluci%C3%B3n/tabid/378/Default.aspx>. Acceso: 17 diciembre 2010, 15h44.

### 1.3.3. Planes sectoriales: gremios y empresarios

Como resultado de la búsqueda de innovación en cuanto a producción Colombia ha diseñado un programa mediante el cual pretende fortalecer los sectores consolidados de la economía y a la vez fomentar el crecimiento de aquellos que están desarrollándose.<sup>88</sup>

El Programa de Transformación Productiva-PTP, es una iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, busca tener un alto impacto en el crecimiento de la economía y la generación de empleo. Este programa de largo plazo, pretende generar una dinámica en el incremento de la productividad y en la generación de más y mejores empleos, para que los sectores aprovechen eficientemente las herramientas de internacionalización.<sup>89</sup>

Este programa ha conceptualizado a la industria textil como el sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra, diseño, y productos relacionados. Desde el punto de vista técnico es un sector diferente, en las estadísticas económicas se suele incluir la industria del calzado como parte de la industria textil, puesto que es parte de los sectores conexos o afines que complementar el cluster.<sup>90</sup>

En Colombia, y a nivel mundial, los textiles son productos de consumo masivo, la industria textil es generadora de empleos directos e indirectos, tiene peso en la economía local. Es uno de los sectores industriales que genera controversias, especialmente en la definición de tratados comerciales internacionales. Debido

---

<sup>88</sup> Cfr. DIARIO EL DINERO, *Lo que se debe saber del Programa de Transformación Productiva*, sección Negocios Online, [http://www.dinero.com/negocios-online/Noticias\\_37.aspx](http://www.dinero.com/negocios-online/Noticias_37.aspx). Acceso: 06 mayo 2010, 17h10.

<sup>89</sup> Id.

<sup>90</sup> Cfr. PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA, *Textil, Confección, Diseño y Moda*, <http://www.transformacionproductiva.gov.co/NewsDetail/437/1/TextilConfeccionDisenoyModa>. Acceso: 06 mayo 2010, 12h18.

principalmente a su efecto sobre las tasas de empleo. Los subsectores que fueron tomados en cuenta para el PTP son los siguientes:<sup>91</sup>

**GRÁFICO No.5**  
**Eslabones De La Cadena Textil**



Fuente: Programa de Transformación Productiva: Textil, Confecciones, Diseño y Moda  
Elaboración: Programa de Transformación Productiva  
Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

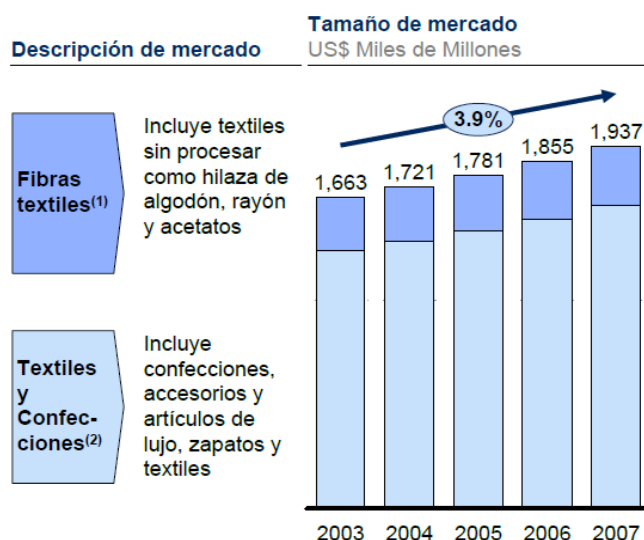
Este programa tomó en cuenta la posición en el mercado internacional. En este contexto, las cifras de comercio exterior muestran que existe una mayor tendencia de consumo en las confecciones que el área de textiles y fibras:<sup>92</sup>

<sup>91</sup> MEJÍA Bertha Lucía, *Textil, Confección, Diseño y Moda: Líder en nichos globales*, Programa de Transformación Productiva, Bogotá, noviembre 2009, presentación power point, <http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/5%20%20TP-TCDM-Presentacion%20lanzamiento%20>. Acceso: 07 mayo 2010, 19h33.

<sup>92</sup>Id.

## GRÁFICO No.6

### Tamaño del Mercado Internacional para Fibras Textiles y Confecciones



Fuente: Programa de Transformación Productiva: Textil, Confecciones, Diseño y Moda

Elaboración: Programa de Transformación Productiva

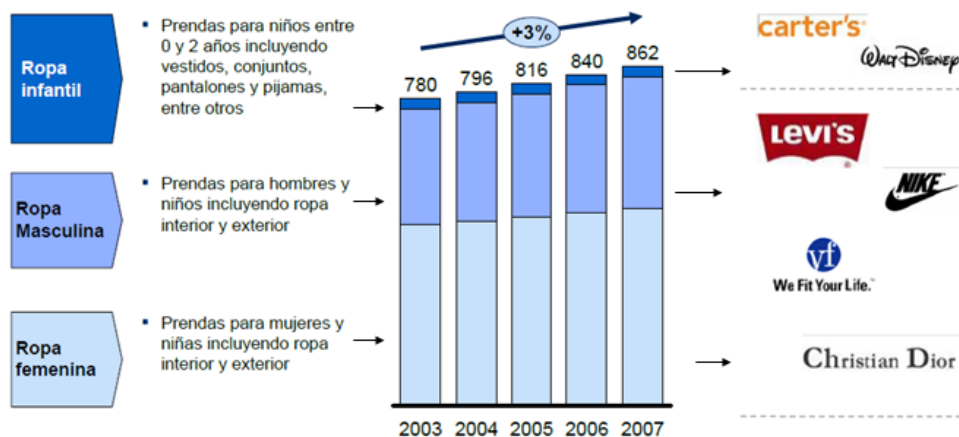
Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

Los dos eslabones principales de la cadena tienen una tendencia creciente en el período 2003-2007, y de hecho son estas cifras son las que logran que varias marcas sean reconocidas internacionalmente.<sup>93</sup> Así por ejemplo, en cuanto a prendas de vestir existen marcas que dirigen su área de confección hacia Colombia, como lo muestra el gráfico No.7:

<sup>93</sup> Id.

## GRÁFICO No.7

### Mercado Internacional de Prendas de Vestir



Fuente: Programa de Transformación Productiva: Textil, Confecciones, Diseño y Moda  
 Elaboración: Programa de Transformación Productiva  
 Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

Estos aspectos han sido la fuente de la competitividad colombiana pues cumplen las con las normas que exigen las marcas internacionales para fabricar las prendas que se distribuyen a nivel latinoamericano.<sup>94</sup>

<sup>94</sup> Id.

## CAPÍTULO 2

### LA INDUSTRIA TEXTIL – CONFECCIÓN COLOMBIANA

#### 2.1. Composición de sector textil – confección colombiano

Industria textil –confección es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, diseño y productos relacionados, y en Colombia esta actividad industrial, que pasó de ser una práctica artesanal a una industria manufacturera de producción organizada, tiene su historia en el siglo XVIII cuando los artesanos trabajaban los tejidos de lana y algodón con tecnología rudimentaria.<sup>95</sup>

Para 1900 y 1921 se crearon las primeras fábricas textiles en Colombia, mayoritariamente en la ciudad de Medellín debido a que era el centro de la economía del café, lo cual proporcionó el capital que se necesitaba inicialmente para la creación de empresas. Así es como Medellín inició su trayectoria como centro nacional especializado en la producción de textiles y confecciones en el país.<sup>96</sup>

Luego de haber superado la crisis económica y de producción en 1993<sup>97</sup>, la industria textil enfatizó sus esfuerzos a la modernización de sus plantas con la finalidad de que el sector se torne competitivo y la economía se reactive. De esta transición, la industria definió técnicas de organización y programación de la producción que permitieron que la competitividad y la calidad de los productos mejoren.<sup>98</sup>

Esta actividad se ha consolidado como un sector dinámico que contribuye en promedio al 5% de Producto Interno Bruto de Colombia cada año, logrando

---

<sup>95</sup> Cfr. ORTIZ Mayra, *Análisis de Pre-factibilidad para la creación de una empresa de maquila para la confección*, Proyecto de Grado, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín, Octubre 2005, documento PDF, p. 20, <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.11O775/Capitulo1.pdf>. Acceso: 26 diciembre 2010, 16h00.

<sup>96</sup> Id.

<sup>97</sup> PRODUCTOS DE COLOMBIA, *Confecciones, Textiles y Algodón*, [http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones\\_Y\\_Textiles.asp](http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones_Y_Textiles.asp). Acceso: 23 enero 2010, 17h52.

<sup>98</sup> Cfr. ORTIZ Mayra, Op. Cit. p. 23.



ubicarse como la segunda industria textil que mayor representatividad tienen en Latinoamérica junto a Brasil, y su producción abarca a toda la cadena, desde la fabricación de hilados, tejidos planos y de punto, confecciones, diseño de modas y ropa de hogar.<sup>99</sup>

### **2.1.1. Tamaño del sector**

El sector textil-confección de Colombia es una de unas industrias que representa a alrededor del 8% del PIB Manufacturero; constituye también un poco más del 5% del total de exportaciones del país, lo que lo convierte en el sector destacado dentro de las de exportaciones no tradicionales.<sup>100</sup>

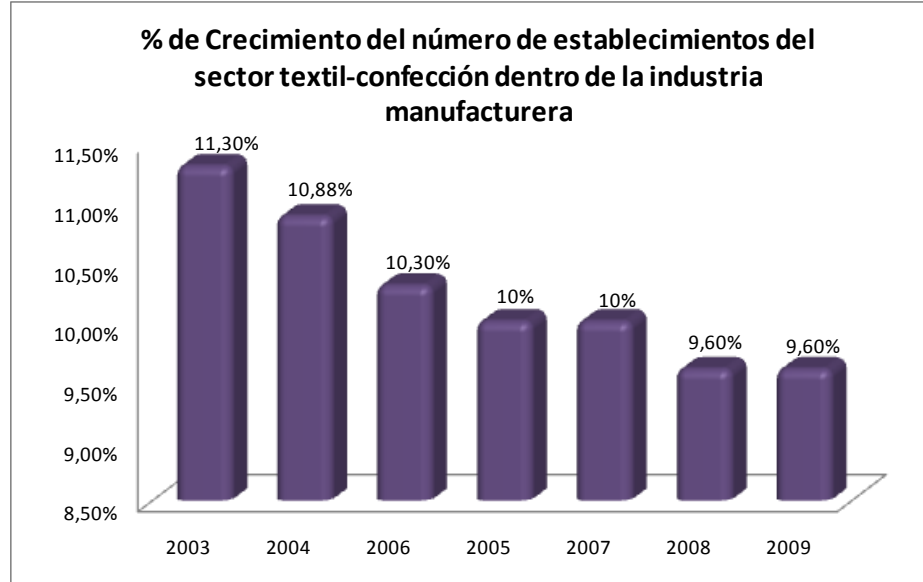
De acuerdo a las cifras de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), el sector textil y confecciones tienen representatividad dentro de industria de las manufacturas; así por ejemplo, en lo que se refiere a número de establecimientos. En el siguiente gráfico se muestra al comportamiento de esta variable.

---

<sup>99</sup> Id.

<sup>100</sup> Cfr. ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA-ANDI, *Sector Textil, Confecciones y Moda Colombia*, <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=26&Tipo=2>. Acceso: 30 diciembre 2010, 13h28.

**Gráfico No. 8**  
**Número de establecimientos del Sector Textil**

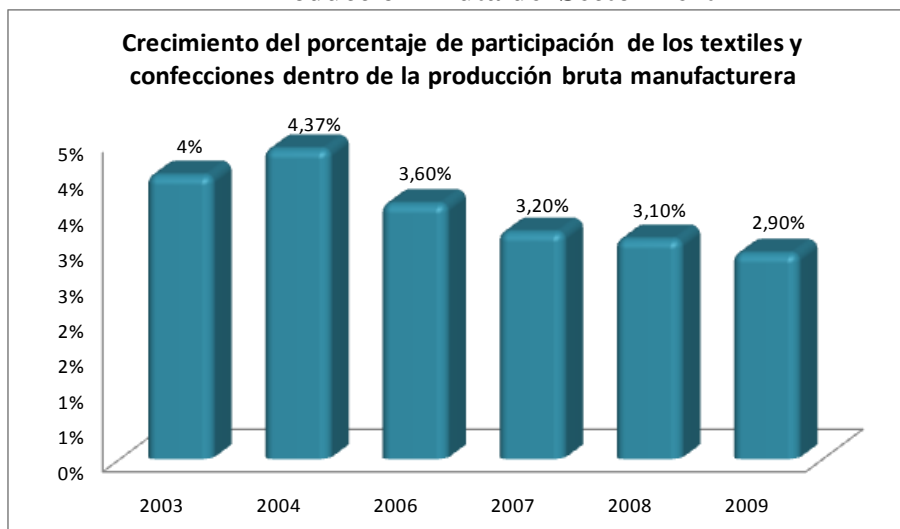


Fuente: Encuesta Anual Manufacturera-DANE  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

De la muestra de 7.230 empresas encuestadas por el DANE, alrededor de 822 se dedican a la industria de los textiles y las confecciones; es decir, se evidencia un decrecimiento anual, factor que no ha limitado para que el sector continúe siendo líder en la cantidad de empresas instauradas dentro de la industria manufacturera, pues en promedio abarca al 11% del total de empresas dedicadas a esta actividad.

Otra de las variables que indican el tamaño y la relevancia del sector es su participación dentro de la producción bruta de las industrias colombianas relacionadas a actividades manufactureras. Según la misma encuesta, la producción bruta manufacturera ascendió a 87.329 pesos o 45.498.409 de dólares, de los cuales los textiles y confecciones ocuparon en promedio el 3.5%. En el grafico que sigue se muestra el comportamiento de esta variable.

**Gráfico No. 9**  
**Producción Bruta del Sector Textil**



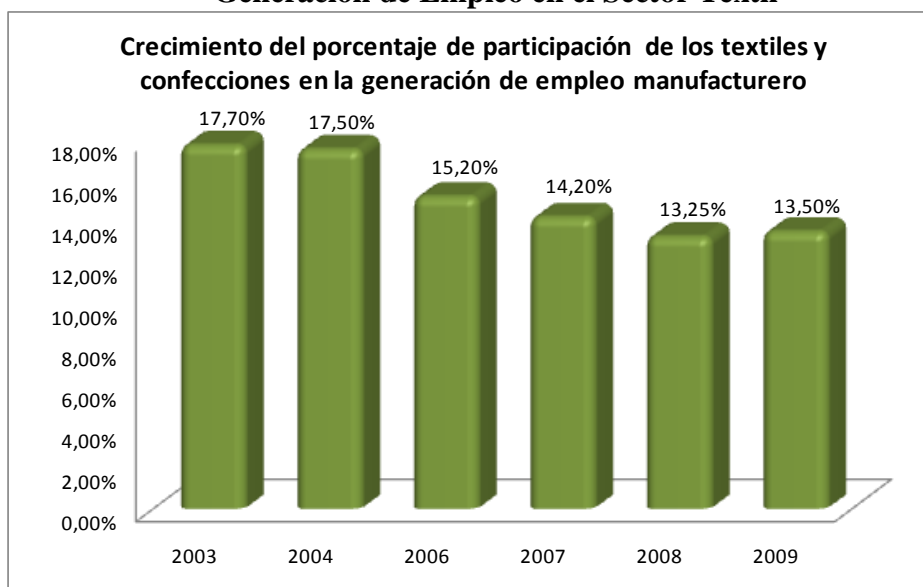
Fuente: Encuesta Anual Manufacturera-DANE

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Se evidencia que el porcentaje es decreciente creciente, pero este sector sigue siendo parte de las 10 actividades manufactureras con mayor importancia de Colombia, compitiendo con otras industrias como la de elaboración de bebidas, refinación de petróleos, papel y cartón, entre otros.

De igual forma, este sector es creador de empleos en Colombia pues cerca de 15,2% de los 545.897 empleados de la encuesta corresponden a los textiles y confecciones.

**Gráfico No. 10**  
**Generación de Empleo en el Sector Textil**



Fuente: Encuesta Anual Manufacturera-DANE

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

### **2.1.2. Estructura de la Cadena Productiva**

La cadena textil-confección es diversa debido a la variedad de los productos finales que se fabrican y que se caracteriza principalmente en la producción de hilados y tejidos para la confección. El camino productivo abarca en un inicio a la producción de materias primas como fibras naturales, artificiales y sintéticas; pasando, como procesos intermedios a la fabricación de hilos, tejidos planos y de punto, teñido y acabado de telas, hasta las manufacturas de productos semiacabados y acabados.<sup>101</sup>

La industria de textiles y confecciones en Colombia tiene de un alto potencial de crecimiento puesto que se ha beneficiado de sistemas especiales de exportación e importación creadas por su Gobierno y de incentivos como las zonas francas, el Plan Vallejo y el régimen de comercializadoras internacionales, entre otros. Por su parte, debido a su alta competitividad, la cadena de suministros ha

<sup>101</sup> Cfr. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DE COLOMBIA, *Textil Confecciones*, documento PDF, p. 211, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DDE/Textiles.pdf>. Acceso: 23 enero 2010, 18h21.

logrado desarrollarse haciendo que su grado de integración vertical enlace a varios procesos en lo que se ha denominado Full-Package, el cual incluye desde el hilado, los tejidos y los propios de la confección como el diseño, cortado, lavado, bordado, tintura y estampado. Esto ha permitido que el sector realice alianzas entre las empresas nacionales y reconocidas marcas internacionales de confecciones, tal como se lo menciono en el capítulo anterior.<sup>102</sup>

A fin de entender la composición completa de la cadena es necesario detallar los eslabones que componen la misma pues cada uno de ellos constituye productos o familia de productos afines agrupados por sus características similares en las técnicas de producción o uso económico. A continuación se detallan los eslabones principales de la cadena textil-confección:

- **Materias Primas.-** este eslabón constituye la parte inicial de la cadena y tiene un estrecho vínculo con el sector agropecuario a través de la producción de fibras de origen natural, vegetal y animal como el algodón y la lana, principalmente, y en menor medida otras fibras como seda natural, lino, fique, yute, etc. Se vinculan también con la industria petroquímica debido a que ésta provee al resto de la cadena de fibras sintéticas tales como el nailon y el poliéster; y otras fibras, que habitualmente se catalogan como artificiales pero que tienen origen natural, como el acetato y el rayón-viscosa, las cuales sirven para la confección de prendas de vestir (rayón-viscosa).<sup>103</sup> En Colombia, alrededor del 35% de producción nacional de algodón cubre la demanda interna.<sup>104</sup>
- **Hilados.-** el proceso de hilatura es el conjunto de operaciones necesarias para formar un hilo, ya sea empleando fibras de filamento continuo o

---

<sup>102</sup> Ibid. p. 212.

<sup>103</sup> Id.

<sup>104</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, *Competitividad y Retos en la productividad del cluster textil, confección, diseño y moda en Antioquia*, Revista Ciencias Estratégicas Vol.16-No 20, documento PDF, p. 11, [http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=2991261...0](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2991261...0) .Acceso: 30 marzo 2010, 23h35.

discontinuo. En este eslabón se realizan tres procesos; el primero es la apertura en la que se abre a la fibra y se la limpia, luego de esto viene la preparación en la se peina y se estira la fibra, para llegar al último paso que es la hilatura definitiva en la que a través de máquinas se retuercen y doblan las fibras para crear el hilo definitivo.<sup>105</sup> En Colombia existen alrededor de 968.000 husos con un promedio de antigüedad de 15 años; sin embargo, se ha iniciado la modernización de maquinaria a fin de incrementar la velocidad y la calidad en la fabricación de hilos.<sup>106</sup>

- Tejidos.- el eslabón de tejeduría consiste en transformar el hilado en una tela. Este proceso está básicamente dividido en tres operaciones: urdido, pasalisado y tejido, y su realización es muy similar al tejido de una cesta o canasto, del cual se obtienen tejidos planos y de punto.<sup>107</sup> Del tejido plano se elaboran telas que han de ser moldeadas y cortadas para, mediante la costura, confeccionar las prendas de vestir (camisas, blusas, pantalones, vestidos, por ejemplo). El tejido de punto, en cambio, se realiza simultáneamente con la confección de la prenda de vestir. Tal es el caso de las medias, las camisetas, alguna ropa interior, los suéteres, etc.<sup>108</sup> La tecnología que posee el sector para este eslabón han permitido que se elaboren cerca de 6.000 metros de tejidos por minuto, lo que incrementa su capacidad competitiva.<sup>109</sup>
- Acabados y Tintorería.- este eslabón constituye la última etapa del área textil en el que se siguen procesos de blanqueo, tinción de las telas y acabados de las mismas con la finalidad de, primero, eliminar los colores indeseados de las telas y fibras, para luego darle el color deseado

---

<sup>105</sup> Cfr. VILLAREAL Coteló, *Producción de textiles: proceso de hilatura, colorante, telar y sus variantes tinción*, Indumentaria y Moda, <http://indumentariaymoda.com/2009/06/14/produccion-de-textiles-proceso-de-hilatura-colorante-telar-y-sus-variantes-tincion/>. Acceso: 30 diciembre 2010, 12h55.

<sup>106</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.12.

<sup>107</sup> Cfr. EMPRESA PAYLANA, *Procesos Productivos*, Uruguay, <http://rodcastro.com/webs/paylana/proceso.html>. Acceso: 30 diciembre 2010, 13h03.

<sup>108</sup> Cfr. *Textil Confecciones*, p.211.

<sup>109</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.12

a las telas con varios químicos y finalmente darle los acabados que son las especificaciones propias de cada tela como el encogimiento o la duración del color.<sup>110</sup>

- **Confección.**- esta sección se refiere al proceso en el que, por medio de costuras, se unen las piezas ya sea de tela u otro material que componen una prenda de vestir u otro artículo. El material es cortado para obtener las piezas que conforman la prenda, estas piezas son cortadas según la forma y las dimensiones deseadas siguiendo un patrón, después son unidas a mano o a máquina según el tipo de costuras requerido por las prendas. El proceso de confección de prendas de vestir se compone de varias etapas como son el Diseño, el Corte, la Confección en sí, y la Comercialización, que son a la vez eslabones adjuntos a la cadena productiva.<sup>111</sup> Para el año 2006 se estimó que en Colombia estaban registradas aproximadamente 10.000 empresas dedicadas a la confección bajo la modalidad de full-package o de maquila. Este eslabón es el más productivo y fuerte de toda la cadena y de la economía de Colombia pues del total de exportaciones, las confecciones abarcan alrededor del 52%; y del total producido, cerca del 67% se consume a nivel local.<sup>112</sup>

### **2.1.3. Factores de Producción: recursos intangibles, tecnología y maquinaria**

En lo que se refiere a los factores de producción, el sector textil-confección, a través de las instituciones gubernamentales y privadas, se ha desarrollado para que éstos sean la base de la competitividad de la industria en Colombia. El recurso humano o intangible y los recursos tecnológicos han sido factores que se han

---

<sup>110</sup> Cfr. SANCHEZ Yván, *Optimización del cálculo de recursos productivos para cotización en una empresa de confecciones*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú, documento PDF, p.8, [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez\\_ay/cap1.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez_ay/cap1.pdf). Acceso: 26 enero 2010, 19h47.

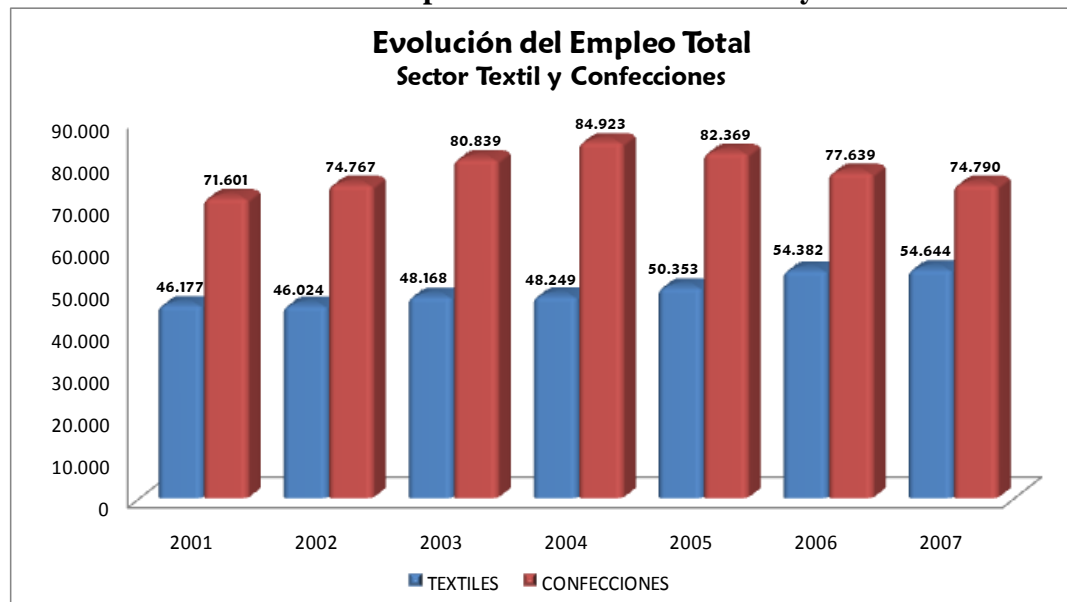
<sup>111</sup> Cfr. MUÑOZ Natalia, *Control Estadístico del Proceso de una Planta de Confección de Ropa Interior Femenina*, Proyecto de Grado, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín, 2005, documento PDF, p. 25, <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigoal/PROYECTO/P658.562M971/capitulo3.pdf>. Acceso: 26 diciembre 2010, 13h18..

<sup>112</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.11.

mantenido en constante renovación y actualización pues de ellos dependen las áreas económicas y productivas de las empresas.<sup>113</sup>

Por un lado, el recurso intangible es parte trascendental de la cadena productiva y su porcentaje de participación alcanza aproximadamente al 23% del total de empleo generado dentro del sector industrial colombiano.<sup>114</sup>

**GRÁFICO No. 11**  
**Evolución del Empleo Total del Sector Textil y Confecciones**



Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

En promedio la actividad textil general 49.000 puestos de trabajo directo por año, mientras que en las confecciones esta cifra asciende a 78.000 empleos<sup>115</sup>; y a esto se suman los 750 mil empleos indirectos que abarca este sector.<sup>116</sup>

<sup>113</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.7.

<sup>114</sup> Cfr. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, *Cifras de empleo sectorial de las Estadísticas de Competitividad de la industria*, Colombia, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/Competitividad/Estad%C3%ADsticas.aspx>. Acceso: 04 enero 2011, 13h28.

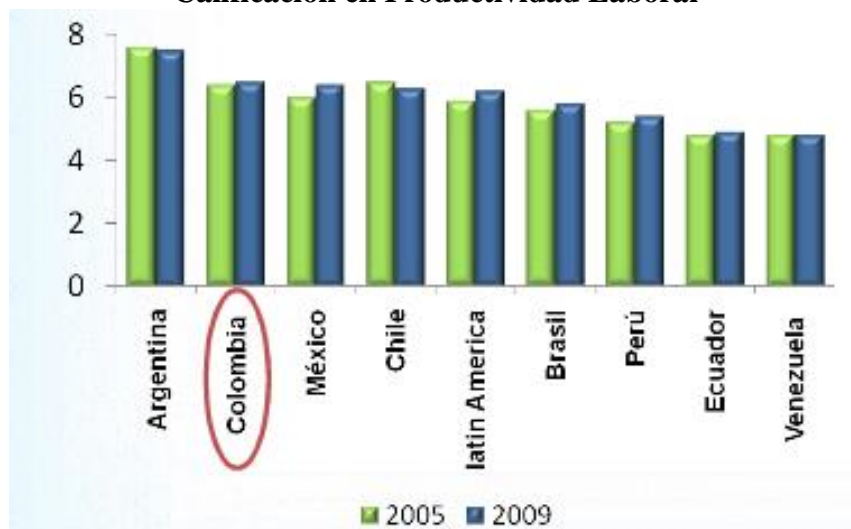
<sup>115</sup> Id.

<sup>116</sup> Cfr. SALÓN DE LA MODA, CORFERIAS, *Industria textil genera más de 800.000 empleos*, Bogotá, documento PDF, p.1, [http://www.salondelamoda.com/Archivos/BOLETIN\\_CIFRAS.pdf](http://www.salondelamoda.com/Archivos/BOLETIN_CIFRAS.pdf). Acceso: 04 enero 2011, 13h13.



La fuerza laboral representada en esas cifras han permitido que el índice de productividad de la industria alcance altos niveles de competitividad dentro de Latinoamérica, ubicándolo en el segundo lugar en este indicador, medido a través de número de paros al año y productividad laboral.<sup>117</sup>

**GRÁFICO No. 12**  
**Calificación en Productividad Laboral**



Fuente: Proexport-Colombia  
Elaboración: Proexport-Colombia  
Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

La calificación en productividad laboral mostrada en el gráfico está realizada en una escala donde 0 es pésimo y 10 es sobresaliente, de acuerdo a las variables antes mencionadas.<sup>118</sup> Esta misma cifra se muestra también en valores; es decir, en los pesos producidos por cada trabajador del sector dentro de la industria manufacturera, tal como se puede ver en la tabla No.2: <sup>119</sup>

<sup>117</sup> Cfr. INVIERTA EN COLOMBIA, PROEXPORT COLOMBIA Y MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, *Industria Textil-Confecciones*, presentación power point, Septiembre 2009, Colombia, I36, [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081\\_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf). Acceso: 04 enero 2011, 13h34.

<sup>118</sup> Id.

<sup>119</sup> Cfr. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, COLOMBIA, *Cifras de productividad laboral de las Estadísticas de Competitividad de la industria*, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/Competitividad/Estad%C3%ADsticas.aspx>. Acceso: 04 enero 2011, 13h28.

**TABLA No. 2**  
**Cifras Productividad Laboral**

ACTIVIDAD	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Promedio
Textiles	327.510,4	333.701,5	373.930,9	421.357,2	410.273,9	433.474,8	453.338,6	393.369,6
Confecciones	39.178,9	39.665,5	43.494,8	46.844,1	49.832,4	58.213,0	59.799,3	48.146,8
Total	366.689,3	373.366,9	417.425,6	468.201,3	460.106,3	491.687,8	513.138,0	441.516,5
% Participación en la industria	35%	38%	38%	37%	40%	42%	43%	39%

\*Valores en miles de pesos producidos por cada trabajador del sector de acuerdo a la producción bruta y al número de trabajadores.

Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Por otra parte, con respecto a tecnología y maquinaria, Colombia ha realizado avances para hacer que sus actividades productivas sean eficientes y vayan a la par de los avances que se manejan en el resto del mundo; así por ejemplo existe en este país en promedio 365 entidades de apoyo a la ciencia, tecnología e innovación.<sup>120</sup>

**TABLA No. 3**  
**Entidades de Apoyo a la Ciencia, Tecnología e Innovación**

Entidades de Apoyo a la Ciencia, Tecnología e Innovación (número de entidades) 2001-2008			
Tipo de Entidad	A 2001	A 2006	A 2008
Grupos de investigación reconocidos*	1539	2439	2439
Centros de excelencia	0	6	7
Centros Desarrollo Tecnológico	43	37	42
Incubadoras de Empresa	14	31	27
Centros Regionales de Productividad	7	9	7
Parques Tecnológicos	3	3	3
Comisiones/Consejos Departamentales CyT	25	30	31

Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia

Elaboración: Departamento Nacional de Planeación-Colombia

Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

<sup>120</sup> Cfr. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, *Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación*, Colombia, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/CienciayTecnolog%C3%ADaeInnovaci%C3%B3n/Estad%C3%ADsticas.aspx>. Acceso: 04 enero 2011, 13h38.

En la muestra estadística se encuentran entidades como Inexmoda y su Laboratorio de la Moda y el Programa AFIN, los cuales están encargados del tema de la innovación para el sector textil-confección.<sup>121</sup>

De igual forma, de la mano de la inversión en innovación y tecnología, se suma el tema de la renovación en maquinaria e ingeniería para aumentar los niveles de desarrollo de la industria, y en este sentido Colombia se ha caracterizado por invertir continuamente en equipos de alta tecnología, y debido a que no es un país fabricante de este tipo de maquinaria, ha tratado de proveerse de equipos importados desde Estados Unidos, Japón, Alemania, Suiza, Italia y España.<sup>122</sup>

De acuerdo a un estudio realizado por el Departamento de Industria de Cataluña sobre el sector textil-confección colombiano, se afirma que *“los empresarios han tomado conciencia que para estar a la altura de los estándares productivos el mejorar las instalaciones y los equipos es imprescindible, y la reconversión se situó como una de las prioridades”*<sup>123</sup>. Por tal motivo, la adquisición de maquinaria se ha convertido en un hábito para mejorar la productividad del sector y ha incrementado la calidad de los productos ofertados al mercado nacional y extranjero.<sup>124</sup>

## **2.2. Estadísticas del Sector**

La situación de la industria textil-confección en materia de comercio exterior ha logrado mantener sus cifras en crecimiento, pues durante el periodo de estudio las exportaciones ascendieron a 1.119.247 dólares; es decir, a un ritmo promedio del

---

<sup>121</sup> Cfr. TRUJILLO Paula, *Fortaleciendo Relaciones con Ecuador*, presentación power point, octubre 2009, Il. 10, 14.

<sup>122</sup> Cfr. VAN DER BRUGGEN Monserrat, *El Sector Textil en Colombia*, Dirección General de Comercio del Departamento de Industria de Cataluña, Bogotá, 1998, documento PDF, p.23.  
<http://www.copca.com/docs/copca/textcol.pdf>. Acceso: 23 enero 2010, 15h53.

<sup>123</sup> Id.

<sup>124</sup> Id.

7% por cada año. Los productos exportados en mayor cantidad fueron las prendas de vestir, correspondientes a las partidas arancelarias del capítulo 61 y 62.<sup>125</sup>

De igual forma, las importaciones alcanzaron cifras de 440.063 dólares del 2001 al 2009, registrando una contracción de las mismas durante el último año debido a la crisis económica mundial. Colombia importó e su mayoría filamentos sintéticos o artificiales que forman parte de la materia prima utilizada para la elaboración de productos de exportación.<sup>126</sup>

Las variaciones entre exportaciones y las importaciones del sector de los textiles y confecciones dejaron como resultado una balanza comercial superavitaria durante el periodo de estudio, aunque el porcentaje de crecimiento no fue positivo ya que las cifras alcanzaron en promedio el -43% de variación.<sup>127</sup>

Por otra parte, el nivel de producción industrial alcanzó en promedio los 3 millones de dólares, participando del 4% del total de la industria manufacturera de Colombia entre el 2001 y el 2009.<sup>128</sup>

### **2.2.1. Nivel de Productividad**

La estructura de la cadena textil-confección de Colombia se caracteriza por los altos niveles de calidad mostrados especialmente en el eslabón de las confecciones de prendas de vestir para la exportación. Este hecho se debe a que los productos fabricados en Colombia, sean estos hilados o tejidos como parte de los insumos para la confección, se han esforzado por aumentar el valor agregado, permitiendo que los productos finales cuente con mayor competitividad dentro de los mercados.<sup>129</sup>

---

<sup>125</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

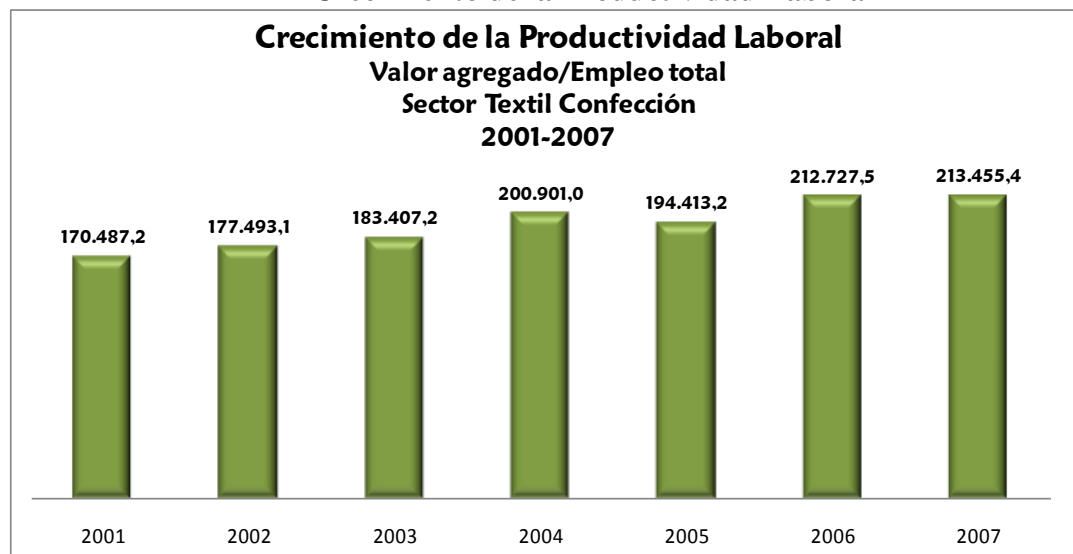
<sup>126</sup> Id.

<sup>127</sup> Id.

<sup>128</sup> Id.

<sup>129</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.5.

**GRÁFICO No. 13**  
**Crecimiento de la Productividad Laboral**



Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Tal como muestra el Gráfico No.13 el crecimiento de la productividad laboral del sector textiles y confecciones ha pasado de 170 mil pesos en el 2001 al 213 mil en el año 2007, lo que significa que el valor agregado de cada trabajador es de 95 dólares por cada hora trabajada.<sup>130</sup>

**TABLA No. 4**  
**Productividad Laboral por Sectores de la Industria**

Productividad laboral por sectores de la industria							
Valor agregado / Empleo total (Miles de pesos por trabajador)							
Descripción	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Preparación e hilatura de fibras textiles	27.848,3	29.427,5	32.120,2	36.682,8	34.169,8	38.737,2	37.627,8
Tejedura de productos textiles	30.036,5	30.756,3	29.818,7	33.158,3	35.766,4	42.210,7	45.484,6
Acabado de productos textiles no producidos en la misma unidad de producción	33.391,4	36.237,3	35.008,2	38.379,8	25.826,9	24.962,4	23.960,9
Fabricación de otros productos textiles	33.077,4	35.455,0	38.066,1	38.132,5	39.340,7	41.642,0	40.897,1
Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	27.117,8	26.289,4	28.256,6	33.116,9	35.755,5	37.519,1	37.525,2
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	19.015,7	19.327,5	20.137,4	21.430,6	23.553,9	27.656,1	27.959,8
<b>TOTALES</b>	<b>170.487,2</b>	<b>177.493,1</b>	<b>183.407,2</b>	<b>200.901,0</b>	<b>194.413,2</b>	<b>212.727,5</b>	<b>213.455,4</b>

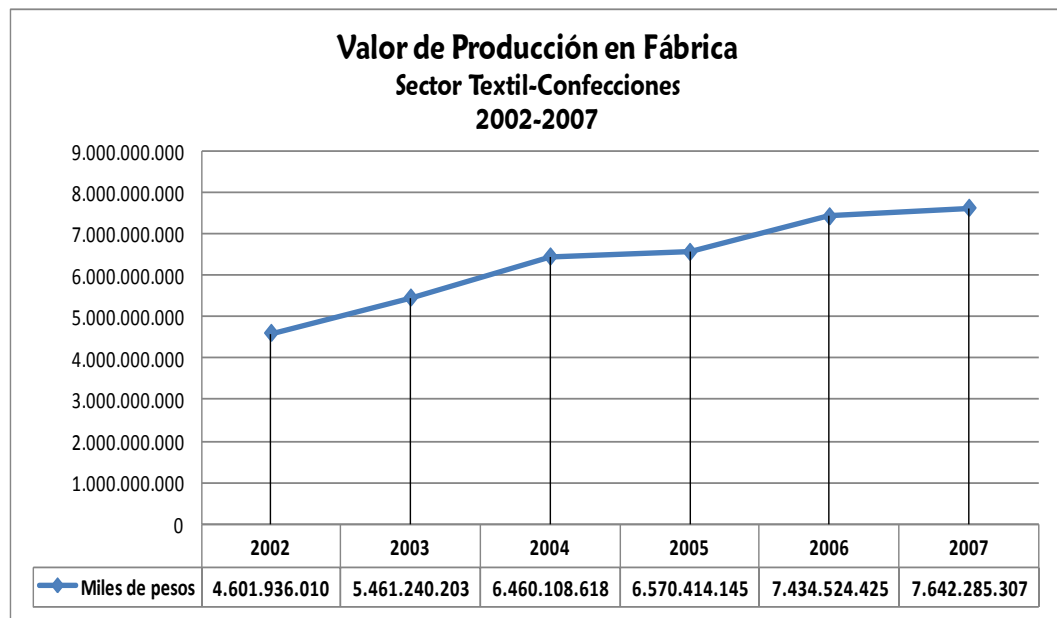
Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>130</sup> Cfr. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, *Cifras de productividad laboral de las Estadísticas de Competitividad de la industria*, Colombia, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/Competitividad/Estad%C3%ADsticas.aspx>. Acceso: 04 enero 2011, 13h28.

Este indicador muestra que para el año 2007, la actividad de tejeduría de productos textiles fue el que alcanzó las cifras más altas, seguido por la fabricación de productos textiles, entre los que se encuentran la producción de lencería de hogar como por ejemplo las toallas, manteles y sábanas.<sup>131</sup>

Es necesario también analizar la producción en fábrica alcanzada por el sector. En el gráfico No. 14 se indican los valores alcanzados con respecto a la producción en fábrica. La cifra en pesos correspondiente al año 2007 equivale a alrededor 382 mil dólares; es decir que en promedio, la producción sectorial alcanzó 192 mil dólares en cada año, a un porcentaje de crecimiento promedio del 11% anual.<sup>132</sup>

**GRÁFICO No. 14**  
**Valor de la Producción en Fábrica**



Fuente: Departamento Nacional de Planeación-Colombia  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>131</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de productividad laboral por sectores de la Industria, Estadísticas del Departamento Nacional de Planeación de Colombia,  
<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/CadenasProductivas.aspx>.

<sup>132</sup> Id.

### 2.2.2. Evolución de la Balanza Comercial

A fin de conocer las cifras de la balanza comercial de la industria es necesario analizar las exportaciones y las importaciones colombianas de los capítulos 54, 58, 59, 60, 61, 62 y 63 correspondientes a filamentos sintéticos, tejidos especiales, tejidos impregnados, tejidos de punto, prendas de vestir y otros artículos confeccionados, respectivamente.<sup>133</sup>

En lo referente a las exportaciones, las cifras pasaron de 735 millones de dólares en el 2001 a 982 millones en el 2009; y el porcentaje de crecimiento alcanzó el 7% anual.

**GRÁFICO No. 15**  
**Exportaciones Textiles y Confecciones**



Fuente: TradeMap

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

El gráfico No. 15 muestra un repunte de las exportaciones en los años 2007 y 2008 en los cuales éstas crecieron aproximadamente en un 43%; sin embargo, tienen una caída en el año 2009 a 982 millones de dólares.<sup>134</sup>

<sup>133</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

<sup>134</sup> Id.

Las partidas que se exportaron en mayor cantidad fueron las de prendas de vestir de punto, y las excepto de punto con el 31% y el 45% de participación del total de exportaciones del sector respectivamente; y fueron exportadas a Venezuela, Estados Unidos y Ecuador.<sup>135</sup> Esto indica el potencial productivo de Colombia en lo que se refiere a confecciones debido principalmente a las estrategias utilizadas como la maquila y el full-package para marcas internacionales.<sup>136</sup>

Por otra parte, las importaciones registraron una evolución similar a las exportaciones; es decir, han mostrado una tendencia al alza y tuvieron una curva ascendente en los años 2007 y 2008.<sup>137</sup>

**GRÁFICO No. 16**  
**Importaciones Textiles y Confecciones**



Fuente: TradeMap

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

El gráfico No. 16 muestra el crecimiento de las importaciones durante el periodo de estudio, las cuales pasaron de 312 millones a 591 millones de dólares del 2001 al 2009, y el promedio de crecimiento fue del 9% anual; es decir, que se importó aproximadamente 440 millones de dólares.<sup>138</sup>

<sup>135</sup> Id.

<sup>136</sup> Cfr. PROEXPORT COLOMBIA, *Importancia del sector textil-confección en Colombia y atractivos de inversión*, documento PDF, p.1, <http://www.wefcolombia.com/pdfs/TEXTILES%20WEF.pdf>. Acceso: 07 enero 2011, 13h11.

<sup>137</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

<sup>138</sup> Id.



En este caso, lo que Colombia importó en mayor cantidad fueron los filamentos sintéticos que son materiales usados como insumos para la confección; entre los que se encuentran los hilos, seguidos de las prendas de vestir de punto, y excepto de punto, con el 39%, 15% y 16% de participación en el total, respectivamente.<sup>139</sup>

Si bien la industria Colombiana es exportadora de confecciones por excelencia, de igual forma importa este tipo de productos, y este fenómeno se debe principalmente a la variable de los precios de venta en el mercado, pues la mayoría de las importaciones son provenientes de China y éstos se han caracterizado por lo accesibles que son para el consumidor. Otro de los países de donde se importan prendas es Perú, que al igual que Colombia ha inclinado su oferta productiva a la maquila para marcas extranjeras debido a sus costos de mano de obra barata.<sup>140</sup>

La Balanza Comercial textil-confección de Colombia presenta cifras superavitarias pues a lo largo del período 2001-2009 el saldo comercial creció a un ritmo promedio del 7% anual; es decir, que el saldo fue de 679 millones de dólares anuales aproximadamente.<sup>141</sup>

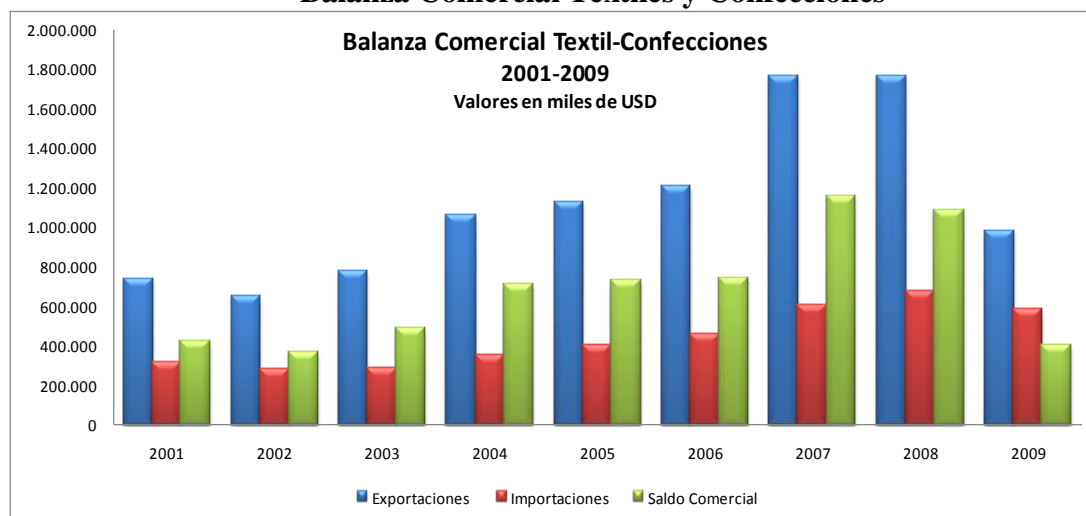
---

<sup>139</sup> Id.

<sup>140</sup> Cfr. CREDISEGURO S.A., *Informe Sector Textil y Confecciones Colombiano*, Análisis Sectorial, Marzo 2010, Medellín-Colombia, documento PDF, p.2, [http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME\\_SECTOR\\_TEXTIL\\_Marzo\\_2010.pdf](http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME_SECTOR_TEXTIL_Marzo_2010.pdf). Acceso: 08 enero 2011, 16h19.

<sup>141</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

**GRÁFICO No. 17**  
**Balanza Comercial Textiles y Confecciones**



Fuente: TradeMap  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

### 2.2.3. Apertura comercial y aranceles para textiles y confecciones

La cadena de los textiles y confecciones de Colombia producen y oferta todos los eslabones productivos, y el nivel arancelario de las 930 partidas que forman parte de la estructura arancelaria del sector no alcanzan aranceles menores al 5% ad-valorem.<sup>142</sup> En la tabla No.5 se puede observar la estructura del Arancel Colombiano de acuerdo a los capítulos en estudio:

**TABLA No. 5**  
**Estructura del Arancel Colombiano por Capítulos**

CAP.	DESCRIPCIÓN	5	5-10	10	15	Total general
54	Filamentos sintéticos o artificiales	39		36	4	79
58	Tejidos especiales;superfic.textiles con pelo insertado;encaje	1	1	39	1	42
59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados.	16		12		28
60	Tejidos de punto			43		43
61	Prendas y complementos de vestir, de punto				133	133
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto				122	122
63	Los demas articulos textiles confeccionados;conjuntos/surtidos.			14	53	67
	<b>TOTAL PARTIDAS</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>144</b>	<b>313</b>	<b>514</b>

Fuente: Departamento Técnico-Asociación de Industriales Textiles del Ecuador  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>142</sup> Cfr. SALGADO Ivonne, Directora del Departamento Técnico, entrevista, *Estructura Arancelaria en Colombia*, Quito, 13 enero 2011.

Las partidas de correspondientes a las Prendas de Vestir; es decir, que los productos de los capítulos 61 y 62 están gravadas con aranceles entre el 10% y 15% que son los más altos. Esto significa que el sector confeccionista es el que mayor protección arancelaria tiene en Colombia debido a que el potencial productivo se encuentra en estos eslabones.<sup>143</sup>

Por otra parte, las partidas de materias primas como los hilados tienen menor protección ya que los insumos son importados y el arancel no sobrepasa el 5%; mientras el arancel de los tejidos, que es un sector también predominante de la industria, varía mayoritariamente entre 5% y 10%.<sup>144</sup>

Esto está relacionado a los resultados en apertura comercial que ha obtenido Colombia en sus relaciones con el comercio mundial. Según las cifras publicadas por la Asociación Nacional de Comercio Exterior-ANALDEX, el grado de apertura comercial colombiano para el año 2007 fue del 34.8%, muy cercado a las economías de Estados Unidos y Brasil, lo que significa que se mantienen políticas de protección a los productos.<sup>145</sup>

**GRÁFICO No. 18**  
**Apertura Comercial de América 2007**



Fuente: “Internacionalización, cuál debe ser la agenda?”, Presentación PPT-ANALDEX  
Elaboración: ANALDEX  
Recopilación: Nathaly Alarcón R.

<sup>143</sup> Id.

<sup>144</sup> Id.

<sup>145</sup> Cfr. BOTERO Jorge, *Internacionalización, cuál es la agenda?*, Asociación Nacional de Comercio Exterior, presentación power point, Septiembre 2009, Bogotá, I7.

Para el año 2009, las cifras presentadas en la publicación del Easy Doing Business, colocó a Colombia en la posición 54 de 180 naciones, lo que significa que este país escala en posiciones en ser atractivo para la inversión extranjera.

**TABLA No. 6**  
**Clasificación en facilidad de hacer negocios**  
**2009**

40	36	Chile
41	50	Hungary
42	40	Antigua and Barbuda
43	39	Tonga
44	41	Armenia
45	44	Bulgaria
46	54	United Arab Emirates
47	47	Romania
48	43	Portugal
49	46	Spain
50	45	Luxembourg
51	48	Namibia
52	49	Kuwait
53	66	Colombia
54	64	Slovenia
55	51	Bahamas, The
56	42	Mexico
57	57	Oman
58	55	Mongolia
59	60	Turkey
60	67	Vanuatu

**Fuente:** World Bank

**Elaboración:** World Bank

**Recopilación:** Nathaly Alarcón R.

### **2.3. Principales actores para la promoción de las exportaciones**

La promoción de exportaciones es una estrategia mediante la cual Colombia ha logrado ubicar sus exportaciones en los mercados internacionales. Este rubro representa para la economía colombiana un factor para fomentar el crecimiento de la productividad y el incremento de las oportunidades laborales como medio lograr el desarrollo y la prosperidad social.<sup>146</sup>

<sup>146</sup>Cfr. MARTINEZ Piedad, *Influencia en la promoción de exportaciones en el desarrollo exportador de las pymes*, Universidad del Norte, Colombia, Documento PDF, p.3, [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento\\_gestion/23/1\\_Influencia%20de%20promocion.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/23/1_Influencia%20de%20promocion.pdf). Acceso: 04 mayo 2010, 15h24.

El sector empresarial, en este aspecto, es un pilar, pues no sólo ha permitido la dinamización de la economía colombiana, sino también que ha sido fuente de innovación del sector y ha contribuido a desarrollar el incremento de las habilidades organizacionales trayendo esto como consecuencia que las empresas se desenvuelvan en las economías globalizadas con menor riesgo y mayor capacidad competitiva.<sup>147</sup>

En este aspecto, y a través del apoyo brindado por los gobiernos, las exportaciones han podido gozar de los beneficios y de la colaboración de entidades encargadas de promoverlas. Este es el caso de Proexport, de la Cámara de Comercio de Medellín, y de la Asociación Colombiana de Exportadores. Estas instituciones han encaminado su trabajo a incrementar la oferta exportable colombiana hacia los diversos mercados en el exterior, siendo su prioridad aquellos que son geográficamente accesibles.<sup>148</sup>

Su labor ha permitido también que los proyectos de fomento a las exportaciones se realicen como sucedió cuando se decidió la creación del Instituto para la Exportación y la Moda-Inexmoda. Las gestiones realizadas lograron que un porcentaje de los fondos recaudados por las exportaciones sean destinados a formar parte del capital inicial de Inexmoda.<sup>149</sup>

Es necesario reconocer la capacidad de estas entidades en sus relaciones con los clientes de los mercados extranjeros; es decir, su habilidad para abrir nuevas posibilidades comerciales y su impulso a los sectores económicos; en este caso al sector textil-confección.<sup>150</sup>

---

<sup>147</sup> Id.

<sup>148</sup> Cfr. PROEXPORT COLOMBIA, *Quienes somos*, [http://www.proexport.com.co/VBeContent/newsdetail.asp?id=313&idcompany=16&ItemMenu=5\\_250](http://www.proexport.com.co/VBeContent/newsdetail.asp?id=313&idcompany=16&ItemMenu=5_250). Acceso: 04 mayo 2010, 15h29.

<sup>149</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Un caso exitoso de liderazgo-Sistematización de la Experiencia de Inexmoda*, Documentos Comunidad Cluster, Medellín, Colombia 2006. Acceso: 23 enero 2010, p. 29.

<sup>150</sup> Cfr. VOLPE Christian, *¿Es efectiva la promoción de las exportaciones en América Latina y el Caribe?*, Banco Interamericano de Desarrollo, presentación power point, Córdova, febrero 2009, I.37. [http://www.procordoba.org/images\\_db/noticias\\_archivos/270\\_Presentaci%C3%B3n%20Christian%20Volpe.pdf](http://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/270_Presentaci%C3%B3n%20Christian%20Volpe.pdf). Acceso: 04 mayo 2010, 15h36.

### 2.3.1. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia

La Cámara de Comercio de Medellín-CCM para Antioquia es un gremio que fue creado en 1904 y es la segunda Cámara de Comercio de Colombia en número de comerciantes matriculados. Esta institución presta servicios integrales a 69 municipios que cubren la jurisdicción, los cuales están atendidos por cinco centros empresariales, y agrupa a la mayor cantidad de productores textiles y confeccionistas de Colombia.<sup>151</sup> De hecho, esta ciudad es considerada el centro de la moda en Latinoamérica y es allí donde se dio paso a la creación de Inexmoda. La CCM es una organización privada, gremial, con ordenamiento legal, dedicada a la prestación de los servicios que requieren los empresarios, mediante la utilización de un grupo humano calificado y los mejores recursos tecnológicos.<sup>152</sup>

Desde la CCM para Antioquia organizan y lideran y acompañan proyectos que buscan posicionar a Medellín y Antioquia como la mejor plataforma para operar negocios en el país, para lo cual ha inclinado la actividad económica y productiva de la región hacia estudios que permitan aumentar su competitividad y hacer que sea atractiva para los empresarios e inversionistas extranjeros.<sup>153</sup>

En el sistema cameral colombiano la CCM para Antioquia se ha caracterizado por su liderazgo en la administración de los registros a su cargo, la gestión de proyectos de cooperación internacional, la implementación de servicios virtuales, la capacidad tecnológica instalada y el desarrollo del proyecto Imágenes, el cual permite tener un registro óptico de 10 millones de documentos, que pueden ser consultados para las operaciones internas y la prestación de los servicios.

*“La probidad en el desempeño de sus funciones le ha permitido a la Organización tener liderazgo regional. En la actualidad cuenta con cerca de 70.000 comerciantes activos, fuerza empresarial que conjuntamente con la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia trabajan por hacer de la región un importante escenario de negocios”.*

---

<sup>151</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Quiénes somos*, <http://www.camaramedellin.com.co/Quiénessomos/Historiamisiónyvisión/tabid/72/Default.aspx>. Acceso: 08 mayo 2010, 21h25.

<sup>152</sup> Id.

<sup>153</sup> Id.

En lo relacionado a la industria textil-confección, la CCM ha desarrollado el primer Cluster para el sector con la finalidad de promover la cultura de la integración para fomentar la innovación y el desarrollo de las empresas e instituciones que forman parte de la cadena productiva y también para lograr el acceso y reconocimiento en los mercados internacionales a través de la diferenciación en diseño y moda.<sup>154</sup>

Entre los ejes que maneja la CCM a beneficio de la industria son:

**TABLA No. 7**  
**Beneficios de Afiliación a la Cámara de Comercio de Medellín**

BENEFICIO	DETALLE	PROGRAMAS
Fortalecimiento Empresarial	Mejoramiento, expansión y consolidación de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico empresarial y mejoramiento</li> <li>• Proyectos de expansión empresarial</li> <li>• Asesoría empresarial</li> <li>• Realización de ruedas financieras</li> </ul>
Formación Empresarial	Se brinda conocimiento en capacitaciones de programas que elevan el conocimiento en procesos administrativos, gerenciales, estrategias comerciales y procesos productivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia Empresarial</li> <li>• Gerencia Comercial</li> <li>• Gerencia Contable y Financiera</li> </ul>
Promoción Comercial Nacional	La línea de promoción nacional se atribuye al desarrollo empresarial en el ámbito local y nacional, mediante la realización de eventos comerciales con beneficios para las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Misiones Comerciales</li> <li>• Rueda de Negocios</li> <li>• Salón de Proveedores</li> <li>• Información del Centro de Subcontratación</li> <li>• Agenda de eventos</li> </ul>
Asesoría en Comercio Exterior	Asesorías en procesos de comercio exterior e información sobre intercambios comerciales, nuevas políticas y cambios en las condiciones de acceso.	
Información en Comercio Exterior	Busca que los empresarios se acerquen correctamente a nuevos mercados y logren identificar las nuevas oportunidades comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Misiones Comerciales</li> <li>• Ferias Internacionales</li> <li>• Agendas Comerciales</li> </ul>

Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia-Cluster Textil-Confección  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>154</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Misión y Visión del Cluster Textil-Confección*, <http://www.camaramed.org.co/confeccion/misionVision.html>. Acceso: 08 enero 2011, 22h07.

Dentro de esta Institución existen alrededor de 75.884 comerciantes matriculados, de los cuales 3.296 son parte del sector textil-confección; es decir, la industria constituye alrededor del 5% del total de empresas.<sup>155</sup>

### 2.3.2. Proexport

Proexport Colombia es una entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la Inversión Extranjera en Colombia. Cuenta con una red nacional e internacional de oficinas, mediante la cual brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales. Ofrece servicios dirigidos que permiten facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, con el objetivo de lograr el desarrollo y cierre de oportunidades de negocios en las diversas actividades productivas.<sup>156</sup>

Bajo este antecedente, esta entidad ha logrado la ejecución de varios proyectos que permiten el desarrollo de procesos sistemáticos de ventas de productos, entre ellos los textiles. Así, esta entidad ha desarrollado programas de información dirigidos a los exportadores relacionados con la logística de transporte, factor clave dentro del ámbito de la competitividad. A través de este servicio, Proexport permite que los empresarios encuentren información, mediante un programa de simulación de exportación, sobre las variables cualitativas y cuantitativas de la metodología, pasos y costos de lo que implica exportar desde toda la cadena de distribución física a nivel internacional.<sup>157</sup>

Proexport realiza también anualmente seminarios enfocados a los siguientes temas:

---

<sup>155</sup> Cfr. CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Estructura Empresarial por Actividad Económica*, documento PDF, p.6, [http://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documents/servicios\\_empresariales/pdf/actividad\\_economica.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documents/servicios_empresariales/pdf/actividad_economica.pdf). Acceso: 08 enero 2011, 21h56.

<sup>156</sup> Cfr. PROEXPORT COLOMBIA, Op, Cit.

<sup>157</sup> Cfr. PROEXPORT COLOMBIA, *Qué es logística on-line?*, <http://www.proexport.com.co/SIICExterno/controles/Noticias.aspx?IdNews=2118&Titulo=NOTICIAS&Menu=Logistica&Header=Logistica>. Acceso: 04 mayo 2010, 15h41.



- Como triunfar en su estrategia exportadora a Estados Unidos
- Puertos de entrada para los productos colombianos
- Optimización de la cadena de suministro para un sector<sup>158</sup>

Estos sistemas de información, al cual se añade los datos actualizados del sector publicados a través de su porta, están enfocados al desarrollo intangible de las empresas, y son los que permiten que la competitividad de Colombia sea un índice mediante el cual el resto de países miden su oferta exportable. De igual forma, y como resultado del trabajo conjunto con el gobierno colombiano, esta institución elabora sus programas de acuerdo a la Planeación Estratégica Sectorial elaborada por el Ministerio de Comercio.<sup>159</sup>

Proexport se ha encargado de organizar misiones comerciales en cada uno de los países donde tiene sus oficinas, para que los empresarios extranjeros viajen a las ferias organizadas por Inexmoda anualmente. Alrededor de 879 compradores internacionales asistieron a la Feria Colombiatex en el 2009, y fueron llevados por Proexport en Ecuador, Perú, México y Centroamérica. Esta forma de llevar las relaciones comerciales en beneficio de los productores colombianos logró que este grupo de empresarios registre compras por cerca de los \$84 millones de dólares.<sup>160</sup>

De igual forma ha tratado de mantener y fortalecer las relaciones comerciales con uno de sus principales socios: Europa. Para alcanzar que las puertas de dicho mercado se abran a su favor, los representantes de esta asociación, en conjunto con otras entidades han logrado que se suscribiera un acuerdo con los cuatro miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio y aun se negocia un tratado de libre comercio con la Unión Europea.<sup>161</sup>

---

<sup>158</sup> Id.

<sup>159</sup> Cfr. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, *Planeación Estratégica Sectorial*, <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5176&idcompany=1>. Acceso: 04 mayo 2010, 16h03.

<sup>160</sup> Cfr. DIARIO EL DINERO, *US\$84 millones reportó misión de Proexport en Colombiatex*, Bogotá, sección Noticias, 02 marzo 2010, [http://www.dinero.com/actualidad/noticias/us84-millones-reporto-mision-proexport-colombiatex\\_68352.aspx](http://www.dinero.com/actualidad/noticias/us84-millones-reporto-mision-proexport-colombiatex_68352.aspx). Acceso: 05 mayo 2010, 17h07.

<sup>161</sup> Cfr. ALTA CONSEJERÍA PARA LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL COLOMBIA, *Diversificar exportaciones: reto del país*, <http://www.altaconsejeriapresidencia.gov.co/Es/Prensa>. Acceso: 05 mayo 2010, 18h46.

### 2.3.3. Asociación Colombiana de Productores Textiles-ASCOLTEX

La Asociación Colombiana de Productores Textiles-ASCOLTEX es un gremio fundado con el objetivo de representar los intereses específicos de las industrias textiles ante diferentes instancias, ya sean de tipo gubernamental o privado, y tiene la capacidad de realizar seguimiento de la competencia que representa la producción extranjera nacional y demandar ante los organismos pertinentes todos aquellos casos de dumping, subvenciones y contrabando.<sup>162</sup>

Esta Asociación está conformada por los fabricantes de hilos, hilazas y telas, y su labor se ha encargado también de desarrollar sistemas de inteligencia de mercados y de estimular la innovación tanto tecnológica como organizacional de sus afiliados, para lo cual se han desarrollado estrategias como la organización de eventos y la representación del sector para la consecución de tratados internacionales.<sup>163</sup>

En lo que se refiere a ferias para el fomento de las exportaciones, ASCOLTEX ha sido parte de la organización del Salón de la Moda, el cual es un evento de carácter especializado en el que se reúne a toda la oferta y la demanda de la industria de los textiles y de la confección, y en la que se presentan stands con venta de maquinaria nueva, insumos, telas y complementos para el vestuario a grandes empresarios, diseñadores y comercializadores; lo que ha permitido la creación y el cierre de negocios a nivel nacional e internacional.<sup>164</sup> El Salón de la Moda dispone cada año un área comercial de 5.000 metros cuadrados en la cual ubican 180 expositores donde presentan lo más destacado de su producción y recibe a alrededor de 16.000 visitantes y a 120 compradores internacionales provenientes

---

<sup>162</sup> Cfr. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA, *Resolución 0010 -2007 sobre investigación de caso de Dumping interpuesto por ASCOLTEX*, documento PDF, p.3, <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Normatividad/resoluciones/2007/Resolucion-0010-2007.pdf>. Acceso: 09 enero 2011.

<sup>163</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.1.

<sup>164</sup> Cfr. FERIAS Y CONGRESOS DEL MUNDO, *Salón Textil Tendencias 2009-2010 todo listo en un espacio que reúne a textiles y confeccionistas del país*, Junio 2009, <http://feriasycongresosdelmundo.com/index.php/salon-textil-tendencias-2009-2010-todo-listo-en-un-espacio-que-reune-a-los-textileros-y-confeccionistas-del-pais/>. Acceso: 09 enero 2011, 17h18.

principalmente de la Región Andina, Centroamérica, Estados Unidos, Canadá, Europa y el Caribe.<sup>165</sup>

Por otro lado, en lo correspondiente a su labor para la firma de tratados internacionales como fue el caso del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, pues su labor en las mesas de negociación junto a otros empresarios del sector productivo de Colombia permitió que el límite del mercado en EEUU se amplíe hacia casi 80 millones de dólares en productos que antes de la firma de este tratado no se beneficiaban de las preferencias arancelarias otorgadas por el ATPDEA.<sup>166</sup> Otro de los logros fue que dentro del Tratado la industria textil, al igual que otros sectores, se benefició de una acumulación de origen extendida, lo que significa que por ejemplo los confeccionistas puedan abastecerse de materias primas provenientes de otros países, siempre y cuando estos países tengan acuerdos comerciales con EEUU.<sup>167</sup>

Los inconvenientes económicos del sector originados por los problemas comerciales con Venezuela, han llevado a que, para las empresas, sea insostenible el pago de las cuotas de los dos gremios textileros, por lo que decidió unificar la operación en la Cámara de Algodón, Fibras, Textil y Confecciones del gremio de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia-ANDI.<sup>168</sup> La decisión de unir los dos gremios busca ayudar a que las políticas del sector estén dirigidas a un mismo objetivo y provengan de una misma fuente, pues desde el punto de vista de ASCOLTEX los industriales deben aprovechar la reactivación del mercado, luego de la crisis que sufrió el sector y los indicadores negativos arrojados durante el año 2009.<sup>169</sup>

---

<sup>165</sup> Id.

<sup>166</sup> Cfr. CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, Op. Cit., p.5.

<sup>167</sup> Id.

<sup>168</sup> Cfr. CÁMARA ALGODÓN, FIBRAS, TEXTIL, CONFECCIONES-ANDI, *Mañana se define la suerte de Ascoltex*, Boletín No.58, Mayo 2010, [http://www.andi.com.co/pages/proyectos\\_paginas/contenido.aspx?pro\\_id=301&IdConsec=1533&clase=9&Id=26&Tipo=2](http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/contenido.aspx?pro_id=301&IdConsec=1533&clase=9&Id=26&Tipo=2). Acceso: 10 enero 2011, 23h47.

<sup>169</sup> Cfr. MATÍAS Margarita, *Ascoltex se unirá a la Cámara Textil de la ANDI*, Diario La República, Mayo 28 2010, Bogotá-Colombia, [http://rse.larepublica.com.co/archivos/EMPRESAS/2010-05-28/ascoltex-se-unira-a-la-camara-textil-de-la-andi\\_101307.php](http://rse.larepublica.com.co/archivos/EMPRESAS/2010-05-28/ascoltex-se-unira-a-la-camara-textil-de-la-andi_101307.php). Acceso: 10 enero 2011, 15h48.

### CAPÍTULO 3

#### ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TEXTIL – CONFECCIÓN ECUATORIANA

##### 3.1. Composición de sector textil – confección ecuatoriano

La industria textil ecuatoriana tiene sus inicios en la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra; es decir, no se posesiona como un productor, sino más bien como importador de esta materia prima.<sup>170</sup>

En el transcurso de los años, la actividad textil-confección se expande en varias de las provincias del país, intensificando la producción para la venta a nivel nacional. La distribución de las empresas del sector, de acuerdo al número de entidades afiliadas a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador-AITE al año 2009, se centra principalmente en Pichincha, con aproximadamente el 76%, el cual es mayoritariamente industria textil, en Imbabura con el 6%, considerando a la Cámara de Comercio de Antonio Ante como una sola agremiación afiliada, pues en ella se agrupan cerca de 150 pequeñas empresas confeccionistas. En menor número se encuentran las provincias de Tungurahua, Azuay y Guayas, con el 9%, 6% y 3% aproximadamente.<sup>171</sup>

De acuerdo al Estudio Salarial realizado por la AITE, en el mes de Octubre 2009, el sector textil-confección emplea directamente a alrededor de 50.000 personas en empresas textiles, y a 200.00 de forma indirecta, esta actividad es, en el

---

<sup>170</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Industria Textil-Historia y Actualidad*, [http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&Itemid=12), Acceso: 15 febrero 2010, 23h55.

<sup>171</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Base de datos de las empresas afiliadas*, Quito, octubre 2009.

ámbito laboral, el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos.<sup>172</sup>

### 3.1.1. Tamaño del sector

La actividad textil constituye una fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química, etc.<sup>173</sup>

Los textiles y las confecciones son actividades que han aportado al crecimiento del sector manufacturero pues juntos constituyen el segundo sector más significativo dentro de la industria manufacturera del Ecuador, antecedido por el sector de carnes y pescados.<sup>174</sup>

**GRÁFICO No. 19**  
**Participación del Sector Textil-Confección en el PIB Manufacturero**



Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería-INEC  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>172</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Industria Textil-Historia y Actualidad.*, Op. Cit.

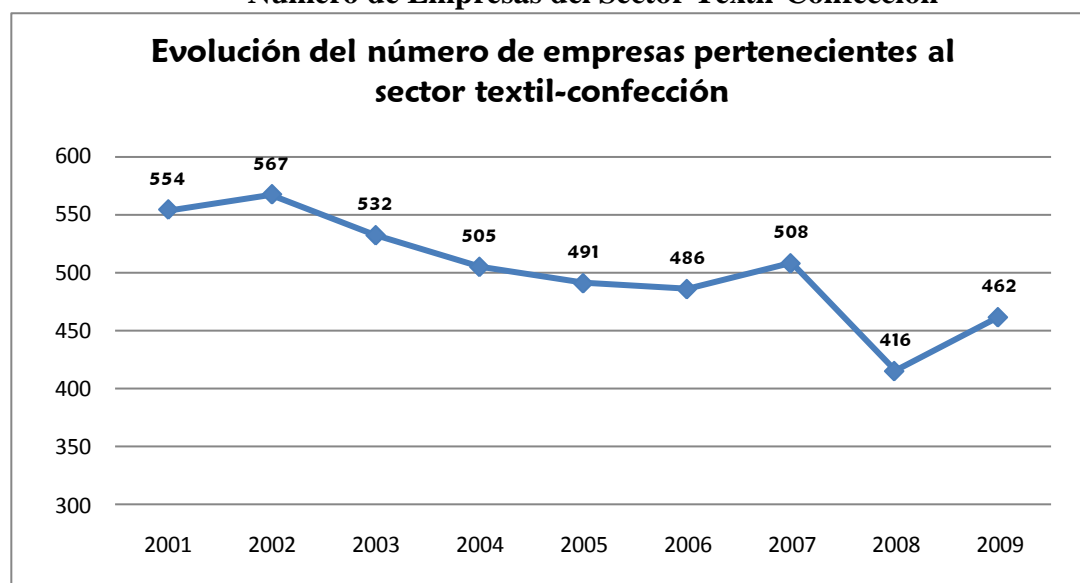
<sup>173</sup> Cfr, CARRILLO Daniela, *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Junio 2010, documento PDF, p.2, [http://www.inec.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId=954942&name=DLFE-3802.pdf](http://www.inec.gob.ec/c/document_library/get_file?folderId=954942&name=DLFE-3802.pdf). Acceso: 27 de enero 2011, 14h53.

<sup>174</sup> Id.

La industria de las manufacturas ha representado en promedio el 13,6% del total del PIB desde el 2001 al 2009; de esta cifra, la industria textil y confección aporta con el 2.2%.<sup>175</sup>

De igual forma, el número de establecimientos dan una muestra de la representatividad de la actividad dentro de la economía ecuatoriana. De acuerdo a la Encuesta de Manufactura y Minería elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC, la industria manufacturera contó durante el periodo de estudio con aproximadamente 1.500 establecimientos, de los cuales, en promedio, 500 empresas se dedican a la actividad textil-confección. En el gráfico No.20 se muestra la evolución del número de establecimientos registrados en la Superintendencia de Compañías.<sup>176</sup>

**GRÁFICO No. 20**  
**Número de Empresas del Sector Textil-Confección**



Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería-INEC  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>175</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras publicadas en la Encuesta de Manufactura y Minería del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, <http://www.inec.gob.ec>

<sup>176</sup> Cfr. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS-INEC, *Encuesta de Manufactura y Minería*, serie histórica 1993-2007, [http://www.inec.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId=23645&name=DLFE-22123.pdf](http://www.inec.gob.ec/c/document_library/get_file?folderId=23645&name=DLFE-22123.pdf). Acceso: 27 de enero 2011, 13h25.

Por otra parte, otro de los indicadores que muestran el tamaño que ha alcanzado el sector es el número de empleos generados por las empresas. Al año 2009 la industria textil-confección generó alrededor de 151.624 plazas de empleo directo.<sup>177</sup>

La muestra tomada por el INEC para la Encuesta de Manufactura, que representa aproximadamente al 10% del total nacional, indica que cerca de 16.000 personas trabajan dentro de la industria, tal como lo indica el gráfico No.21.<sup>178</sup>

**GRÁFICO No. 21**  
**Personal Ocupado en el Sector Textil-Confección**



Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería-INEC  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Por otra parte, en lo referente a la producción del sector, las cifras alcanzan en promedio los 400 millones de dólares en la fabricación de textiles, como son los hilos y telas, y también en la confección de prendas de vestir de punto y ganchillo.<sup>179</sup>

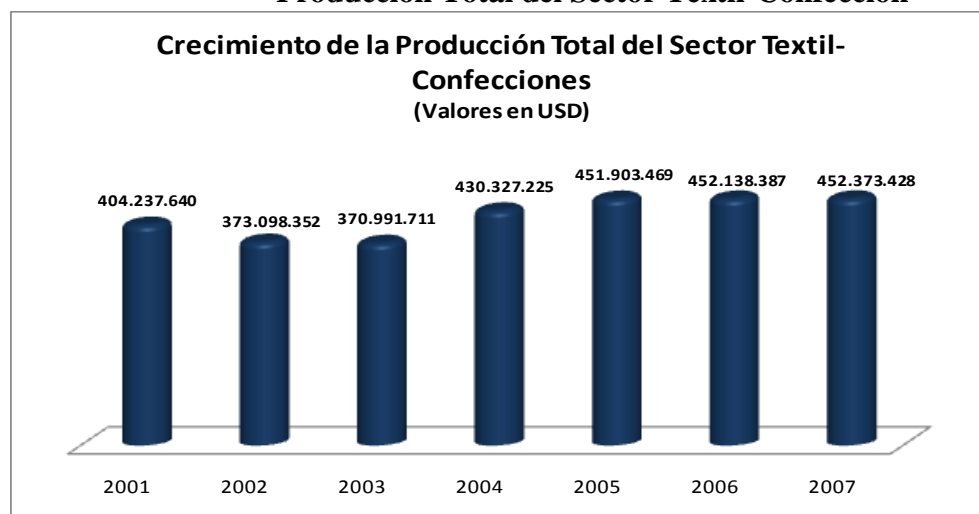
<sup>177</sup> Cfr. MUIRRAGUI Carla, Departamento Técnico de la Cámara de Industrias y Producción, cifras procesadas de la base de datos de la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC.

<sup>178</sup> Cfr. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS-INEC, *Encuesta de Manufactura y Minería*, Op.Cit.

<sup>179</sup> Id.

## GRÁFICO No. 22

### Producción Total del Sector Textil-Confección



Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería-INEC  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

La Encuesta del año 2007, indica que el 83,7% de la producción de la industria textil se concentra en las grandes empresas las cuales representan el 79,9% de las manufacturas del sector, como muestra la tabla No.8, lo que muestra que las empresas de actividad industrial son las que más participación tienen dentro del sector.<sup>180</sup>

**TABLA No. 8**  
**Producción del Sector Textil-Confección por Tamaño de las Empresas**

**Producción promedio y estructura porcentual de la producción total según tamaño del establecimiento. 2007**

Tamaño de la empresa	Producción promedio por empresa	Participación sobre total de empresas investigadas	Participación sobre la producción total
Pequeña	\$ 28.585,12	6,3%	5,5%
Mediana	\$ 25.298,59	13,9%	10,8%
Grande	\$ 34.092,85	79,9%	83,7%
Total	\$ 32.529,25	100,0%	100,0%

Fuente: Diagnóstico del Sector Textil y de las Confecciones-INEC  
Elaboración: Diagnóstico del Sector Textil y de las Confecciones-INEC  
Recopilado por: Nathaly Alarcón R.

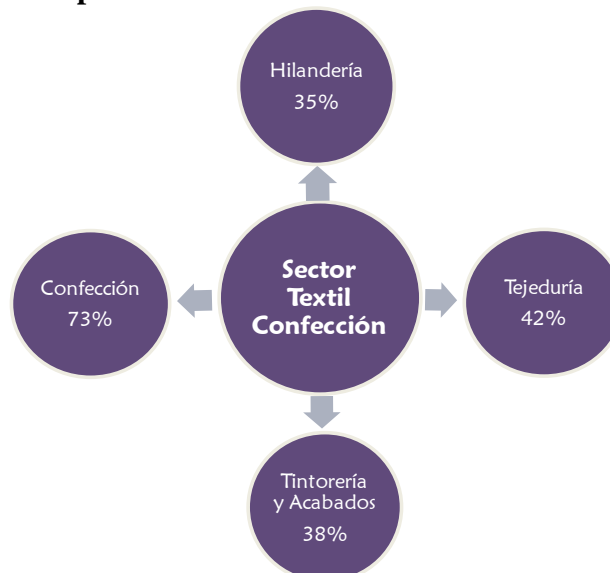
<sup>180</sup> Cfr, CARRILLO Daniela, Op.Cit. p.5.



### 3.1.2. Estructura de la Cadena Productiva

La industria textil y de las confecciones de Ecuador está conformada por proveedores de materia prima e insumos (hilos, herrajes, cremalleras, botonería, entre otros), fabricación de hilados y tejidos, proveedores y comercializadores de algodón, comercializadores de fibras sintéticas, distribuidores y representantes de maquinaria, accesorios y soporte para la producción, industria química y textil, proveedores de tejidos, accesorios para la confección confeccionistas y comercializadores.<sup>181</sup>

**GRÁFICO No. 23**  
**Composición de la Cadena Textil-Confección**



Fuente: Censo Textil-Confección de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

En cuanto a materias primas, el Ecuador es deficitario en la producción tanto de fibras naturales como sintéticas y artificiales; la industria textil requiere de los proveedores como las comercializadores y fábricas internacionales para suplir la demanda existente; y se han tomado medidas gubernamentales para proteger el

<sup>181</sup> Cfr. SALAZAR Karen, *Plan Estratégico de Marketing para la fábrica de ropa Ebotex S.A.*, Escuela Politécnica del Ejército, Tesis de Grado para la obtención del título en Ingeniería en Mercadotecnia, documento PDF, p.9, <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1603/1/T-ESPE-014526.pdf>. Acceso: 15 enero 2011, 15h40.

cultivo de algodón a través de la restricción a las importaciones. Con el retiro de estas medidas y la inestabilidad de los precios internacionales, los bajos rendimientos del cultivo local, y otros factores, el cultivo del algodón ha disminuido, y por consecuencia la producción nacional ha logrado abastecer al 10% del consumo nacional.<sup>182</sup>

Por otra parte, la industria de la confección está abastecida tanto por la producción nacional como por los bienes importados que para el año 2002 sumaron US\$3,5 millones. El abastecimiento de tejidos, textiles, hilos especiales (hilos de coser), cierres y botones, provienen de importaciones aunque existen empresas nacionales que son proveedores pero con limitación en temas de calidad y surtido.<sup>183</sup>

En lo que se refiere al terminado o acabado textil:

*La industria está soportada por la presencia de una industria química nacional pequeña, por extensiones, subsidiarias y representantes de las más importantes marcas de proveedores de productos químicos para textiles. Ecuador cuenta con algunas empresas especializadas en la confección y manufactura de etiquetas, marquillas, bordados etc., que son utilizadas en el acabado de las prendas; algunas empresas han decidido importar estos insumos, sea en forma directa o a través de representantes.*<sup>184</sup>

De acuerdo al Censo Textil-Confección realizado por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, la industria nacional tiene un sistema de producción con poco encadenamiento vertical, esto quiere decir que son limitadas las empresas que dedican su línea de producción a la elaboración de la mayoría de los eslabones de la cadena productiva.<sup>185</sup>

---

<sup>182</sup> Cfr. PROEXPORT COLOMBIA, Estudio de Mercado: Ropa de hogar en Ecuador, documento PDF, p.20, <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8714DocumentNo7178.PDF>. Acceso: 25 abril 2010, 24h07.

<sup>183</sup> Id.

<sup>184</sup> Id.

<sup>185</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Censo Textil-Confección 2009*, entrevistas a empresas censadas, octubre 2009-febrero2010.

**GRÁFICO No. 24**  
**Encadenamiento del Sector Textil-Confección**



Fuente: Censo Textil-Confección de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Tal como indica el gráfico No.24 el 65% de las empresas realizan hilatura y tejeduría dentro de su cadena productiva, mientras que el porcentaje baja al 52% cuando se añade el eslabon de tintorería y acabado, por tal razón la integración productiva no llega completamente al final de la cadena que son las confecciones.<sup>186</sup>

La característica del sector se basa en el servicio que brindan las empresas que fabrican uno de los eslanones, a las empresas que producen los eslbones siguientes, por ejemplo, si una empresa elabora hilos, éstos hilos sirven a las empresas que se dedican sólo a los tejidos y tintorería, y éstas telas son usadas en la confección de prendas de consumo final.

### **3.1.3. Factores de Producción: recursos intangibles, tecnología y maquinaria**

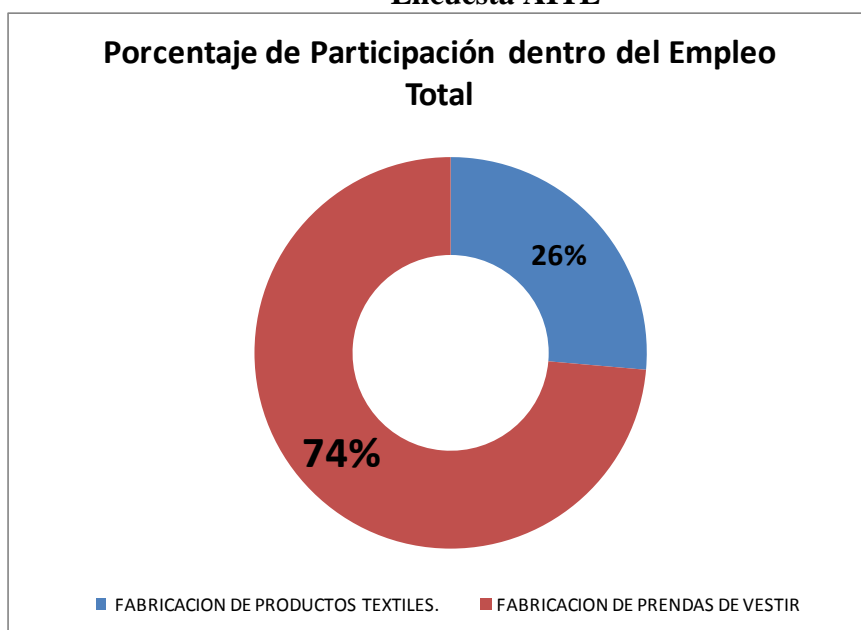
La capacidad de un país para dotar de los factores necesarios es elemental para el desarrollo de la competitividad de una industria, y por ende de una nación. Éstos al ser parte de la ventaja competitiva juegan un papel significativo en la

<sup>186</sup> Id.

eficiencia que pueda a llegar a tener un sector tanto a nivel nacional como internacional.<sup>187</sup>

La industria textil es una fuente generadora de empleo, en 2007 el 11,5% del personal ocupado en la industria manufacturera fue parte de este sector, siendo la fabricación de prendas de vestir la que captó mayor cantidad de mano de obra.<sup>188</sup>

**GRÁFICO No. 25**  
**Empleo Total del Sector Textil-Confección**  
**Encuesta AITE**



Fuente: Censo Textil-Confección de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

El 77,93% del personal ocupado en la industria textil son obreros de los cuales el 57,1% son hombres. La participación del sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de pieles es numerosa pues el 74,76% de obreros son mujeres.<sup>189</sup>

<sup>187</sup> Cfr. UNIVERSIDAD DEL ISTMO, *El Diamante de Porter*, <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2005/14070.pdf>, p.3, Acceso: 01 marzo 2010, 11h46.

<sup>188</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Censo Textil-Confección 2009-2010*, Op.Cit.

<sup>189</sup> Cfr. MULTIENLACE, *Análisis Sectorial: Industria Textil*, Enero 2011, p.29.

Debido a este dato laboral, la actividad textil-confección es considerado el segundo sector manufacturero en empleo de mano de obra.<sup>190</sup> A continuación se muestra la Tabla No.9 con los índices de crecimiento anual del personal ocupado de acuerdo a la actividad económica del Código CIIU<sup>191</sup> del sector:

**TABLA No. 9**  
**Índice de Personal Ocupado del Sector**

INDICE DE PERSONAL OCUPADO SECTOR TEXTIL-CONFECCIONES							
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
FABRICACION DE PRODUCTOS TEXTILES	96,7	110,0	95,7	94,3	92,3	101,2	102,6
HILATURA, TEJEDURA Y ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES	96,8	108,5	95,5	95,5	92,4	105,7	106,6
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES	77,0	77,3	42,7	27,6	25,3	24,2	25,3
FABRICACIÓN DE TEJIDOS Y ARTÍCULOS DE PUNTO Y GANCHILLO	99,9	116,6	105,6	104,3	104,3	108,1	110,1
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR; ADOBO Y TEÑIDO DE	105,7	133,6	125,3	129,0	123,4	109,6	115,2
FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	105,7	133,6	125,3	129,0	123,4	109,6	115,2

Fuente: Estadísticas Económicas, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos-INEC  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

En la tabla anterior se puede visualizar la evolución anual de la cantidad de trabajadores empleados en el sector textil-confecciones de acuerdo a las ramas de actividad económica. En este caso, estas cifras están expresadas en índices, lo que significa que la base, que es el Índice General supone el valor a partir del cual se expresa en crecimiento o decrecimiento de la cifra en proporción a la base.

La cantidad de trabajadores ha experimentado variaciones largo del periodo 2003-2009; sin embargo la tendencia es al alza. De igual forma se puede observar que la mayoría del personal ocupado se centra en el área de la fabricación de prendas de vestir; es decir, en las empresas confeccionistas que en su mayoría son de tipo Pyme.<sup>192</sup>

Por lo tanto, la dotación del factor trabajo existe, pero también es necesario determinar si este intangible es calificado, capaz de aportar innovación a la industria, y si es abundante. Dentro de este aspecto, la abundancia no es una

<sup>190</sup> Cfr. CÁMARA DE INDUSTRIALES DE PICHINCHA, *Perfil de la Industria Textil*, presentación power point, julio 2007, I.20.

<sup>191</sup> NB. CIIU-Clasificación Industrial Uniforme, proporciona un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar al utilizar estadística. Guía Laboral Gerencie.com 2010, <http://www.gerencie.com/codigos-ciiu.html>. Acceso: 26 abril 2010, 16h02.

<sup>192</sup> Cfr. CÁMARA DE INDUSTRIALES DE PICHINCHA, I.19.

característica de la estructura laboral del sector. De acuerdo al Censo Textil-Confección 2009-2010, organizado por la Asociación de Industriales del Ecuador-AITE, más del 50% de las empresas encuestadas de las dos ramas, manifestaron que la mano de obra calificada es escasa en el país; es decir que las cifras anteriormente vistas, no satisfacen la demanda laboral. Con mano de obra calificada, los encuestados se refieren al tipo de personal que debe tener conocimiento sobre los procesos textiles, manejo básico de maquinaria en el caso de la rama textil. En el caso de los confeccionistas sucede el mismo fenómeno; lo que significa que existe un déficit de costureras y personas que conozcan de corte, confección, técnicas de patronaje y diseño.<sup>193</sup>

Aparte del recurso humano, está el rol que desempeña el capital dentro de la evolución de la industria ecuatoriana, pues a través de este se puede establecer la situación actual de la infraestructura de las empresas. Los tipos de maquinaria, la cantidad y su antigüedad de éstas de acuerdo a los procesos de producción son determinantes pues a través de ellos se puede ver si existen renovaciones en tecnología industrial que permita a la empresa hacer productos a gran escala y de mejor calidad.<sup>194</sup>

De acuerdo al Censo Textil-Confección de la AITE, durante los últimos dos años, las empresas afiliadas a este gremio han realizado inversiones en maquinaria por montos que ascienden a USD\$14 millones durante los últimos dos años.<sup>195</sup> Por otro lado, el promedio de antigüedad de éstas se encuentra distribuido por procesos de la siguiente manera:

---

<sup>193</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Censo Textil-Confección 2009-2010*, entrevistas a empresas censadas, octubre 2009-febrero 2010.

<sup>194</sup> Cfr. UNIVERSIDAD DEL ISTMO, *El Diamante de Porter*, <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2005/14070.pdf>, p.3, Acceso: 01 marzo 2010, 11h46.

<sup>195</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Censo Textil-Confección 2009-2010*.

**GRÁFICO No. 26**  
**Promedio de Antigüedad Maquinaria Textil**  
**Encuesta AITE**



Fuente: AITE-Censo Textil-Confección 2009  
 Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Desde el año 2001, las agremiaciones se han preocupado por capacitar a los elementos intangibles del sector como método para incrementar la producción, el conocimiento y la competitividad. Por un lado mencionaré a la AITE, entidad representante de los empresarios principalmente textileros. Esta entidad fundada el 30 de septiembre de 1943 tiene, entre sus objetivos el de contribuir con sus afiliados y personas relacionadas a esta actividad, con proyectos orientados a la capacitación y también a la promoción de los negocios a nivel nacional e internacional.<sup>196</sup>

En la tabla No. 10 se puede observar los proyectos realizados por la AITE durante el periodo 2001-2009 referentes a este tema:

<sup>196</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Acerca de la AITE*, <http://www.aite.com.ec>. Acceso: 15 febrero 2010, 23h55.

**TABLA No. 10**  
**Proyectos Realizados por AITE**  
**2001-2009**

AÑO	TEMA	OTRAS INSTITUCIONES
2001	Estudio Situacional de la industria textil y Propuesta para la creación de un sistema de Formación Profesional Dual	Escuela Politécnica Nacional
2002	Feria Textil y de la Moda I	HPP WorldWide
	Feria Textil y de la Moda II	HPP WorldWide
2003	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
	Feria Material World-EEUU	
	Formación de Capacitadores	Corconfección
2004	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
2005	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
2006	Rueda de Negocios I-Relaciones entre productores y confeccionistas con cadenas comerciales	<b>Cadenas:</b> Bebemundo, Sukasa, De Pratti, Super Éxito, Marathon Sports y Supermercados La Favorita
2007	Rueda de Negocios II-Relaciones entre productores y confeccionistas con cadenas comerciales	<b>Cadenas:</b> Bebemundo, Sukasa, De Pratti, Super Éxito, Marathon Sports y Supermercados La Favorita
	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
2008	Rueda de Negocios III-Relaciones entre productores y confeccionistas con cadenas comerciales	<b>Cadenas:</b> Bebemundo, Sukasa, De Pratti, Super Éxito, Marathon Sports y Supermercados La Favorita
	Seminario de Diseño de Modas	Cotton USA Corpei
	Participación de Empresas en la Feria Colombia-tex	
	Primer Congreso Pro-Comercio Textil	
2009	Rueda de Negocios IV-Relaciones entre productores y confeccionistas con cadenas comerciales	<b>Cadenas:</b> Bebemundo, Sukasa, De Pratti, Super Éxito, Marathon Sports y Supermercados La Favorita

Fuente: Archivos de Informes Anuales-Asociación de Industriales Textiles del Ecuador  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Por otro lado, el Sector Textil de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, gremio que agrupa a varios sectores económicos y creado el 7 de agosto de 1979, ha buscado también invertir en el capital humano de sus empresas afiliadas; y de hecho, éste se ha caracterizado, a lo largo de sus años de trayectoria, por ser uno de los gremios que ha tomado acciones con respecto al desarrollo de los obreros, diseñadores y costureras del área confeccionista.<sup>197</sup>

Estos hechos se ven reflejados en las ferias anuales realizadas en el Centro de Exposiciones Quito, a fin de crear opciones de negocios, establecimiento de las

<sup>197</sup> Cfr. CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE PICHINCHA, *Sector Textil*, [http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=15&id=64&Itemid=84](http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=15&id=64&Itemid=84). Acceso: 17 febrero 2010, 11h30



marcas ecuatorianas en las perchas de los principales locales comerciales. Asimismo, la escuela de formación de diseñadores y confeccionistas de la Capeipi, FUNDETEX, ha realizado programas enfocados a este tema, que se realizan de forma anual.<sup>198</sup>

**TABLA No. 11**  
**Cursos de Capacitación-Fundetex**

CAPACITACION Y PERFECCIONAMIENTO		
Tecnifica en todas las áreas al personal vinculado a la actividad de la confección para promoverlo hacia un nivel más calificado en base a capacitaciones específicas que mejoren su desempeño.		
Nombre Curso	Contenido	Duración
PATRONAJE INDUSTRIAL DE ROPA INFANTIL	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Ropa Infantil (toda la línea)	100 HORAS
PATRONAJE INDUSTRIAL FEMENINO	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Ropa de Mujer en Tela Plana (toda la línea)	120 HORAS
ROPA SPORT MASCULINA	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Ropa Sport Masculina	150 HORAS
CAMISAS	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Camisas	80 HORAS
DEPORTIVA	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Ropa Deportiva en tela de punto (línea completa)	120 HORAS
LENCERIA	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Ropa Intima y de Dormir (Hombre - Mujer- Niño)	120 HORAS
SASTRERIA INDUSTRIAL FEMENINA	Diseño, Patronaje y Técnicas de Confección de Chaquetas, faldas y pantalón estilo sastre para mujer	250 HORAS
SASTRERIA INDUSTRIAL MASCULINA	Diseño, Patronaje, Escalado y Técnicas de Confección de chaquetas, pantalón (temo) y Abrigo estilo Sastre para hombre.	260 HORAS
MECÁNICA Y MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS	Desarmado, Armado, Ajuste y Calibración de Máquinas industriales de Confección	260 HORAS
CONFECCIÓN EN TELA DE PUNTO	Diseño, Patronaje, Escalado y Técnicas de Confección de Ropa Femenina en Lycra y Tela de Punto Mujer.	120 HORAS

Fuente: FUNDETEX-<http://www.fundetex.com/cursos.html>  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Tal como lo indica la tabla No.11, los programas son cursos a los cuales pueden acceder aquellos que quieren formarse; así como también para aquellas empresas que quieren invertir en su mano de obra.<sup>199</sup>

<sup>198</sup> Id.

<sup>199</sup> Cfr. Fundación para el Desarrollo Textil y Confecciones-FUNDETEX, *Cursos de Formación*, <http://www.fundetex.com/cursos.html>. Acceso: 17 febrero 2010. 13h03.

Existen los medios para mejorar el recurso humano directo del sector; sin embargo el problema surge en la calidad y efectividad de los mismos, y esto se debe a los siguientes factores:

- Ausencia de formadores experimentados con la capacidad de transmitir conocimientos; es decir, no hay capacitadores que tengan experiencia en aprendizaje internacional.
- Falta de interés y compromiso por parte de los beneficiarios. En este aspecto, aunque la disponibilidad de eventos es anual, los participantes solicitan que no sean muy frecuentes.
- La reacción del punto anterior se debe a los costos de los talleres que van desde los \$40,00 por persona, en adelante; y en la falta de variedad en los temas y en las personas que dictan las conferencias.
- Costos de formadores.- las capacitadoras/es son extranjeros, pues son personas que conocen del tema, como por ejemplo aquellas personas que se han formado y trabajado en Inexmoda-Colombia. Estos costos representan una fuerte inversión para una asociación que se desenvuelve con las aportaciones de sus afiliados.
- Falta de compromiso.- En este aspecto, si bien las empresas pertenecientes a la asociación trabajan muy bien en conjunto para la consecución de sus objetivos, aun prevalece la idea de la poca intención de invertir en su mano de obra, nuevamente por el tema de costos.<sup>200</sup>

### **3.2. Estadísticas del Sector**

El sector textil-confección de Ecuador se ha caracterizado por ser deficitaria en cuanto a sus cifras comerciales pues durante el periodo de estudio los números indican una creciente constante en el saldo negativo de la balanza comercial.<sup>201</sup>

---

<sup>200</sup> Cfr. Díaz Crespo Javier, Presidente Ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, Quito, 23 marzo 2010.

<sup>201</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

Este factor se da por la incidencia de las importaciones del sector de las partidas correspondientes a tejidos y prendas de vestir, provenientes mayoritariamente de Colombia y de Perú, países donde este sector ha evidenciado un crecimiento significativo. Estas importaciones pasaron de 115 millones de dólares en el 2001 a 217 millones en el 2009, y a un ritmo del 11% anual.<sup>202</sup>

Por otra parte, las exportaciones del sector, aunque han crecido a un ritmo del 16% anual, en valores la cifra sigue inferior a las registradas por importaciones; es decir, al 2009 se exportaron 132 millones de dólares. Esto significa que las estrategias de exportación no han logrado ser eficientes como para posicionar a los productos ecuatorianos en el mercado extranjero.<sup>203</sup>

En lo referente a la productividad de la industria, este índice alcanzó los 125 puntos promedio durante el año de promedio, es decir que partiendo de una base cuya referencia es 100, el sector creció aunque no índices altos.

### 3.2.1. Nivel de Productividad

El nivel de productividad es uno de los requerimientos necesarios que el sector textil-confección del país necesita cumplir para lograr un nivel de competitividad que pueda mantenerse a largo plazo.<sup>204</sup>

Lograr el crecimiento de esta cifra implica que la industria necesita “*obtener más y mejores productos con los mismos factores productivos o mantener el nivel de producción usando menos y mejores recursos*”<sup>205</sup>. Esto resulta en la fabricación

---

<sup>202</sup> Id.

<sup>203</sup> Id.

<sup>204</sup> Cfr. NACIMBA Tamara, *Análisis de la Balanza Comercial Textil, su participación en el PIB Industrial No Petrolero y principales determinantes que inciden en el crecimiento de las exportaciones e importaciones ecuatorianas del sector, periodo 2000-2008*, Escuela Politécnica Nacional, documento PDF, p. 32, <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2256/1/CD-2989.pdf>. Acceso: 08 febrero 2011, 17h00.

<sup>205</sup> Id.

y venta de productos a menores costos y en la mejora de la competitividad local e internacional.

Uno de los índices usados para medir esta productividad es el Índice de Volumen Físico Industrial, el cual permite medir las variaciones mensuales o anuales de las actividades manufactureras del país; en este caso de la industria textil-confección.

**TABLA No. 12**  
**Volumen Físico Industrial**

ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL							
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES</b>	100,00	107,39	113,02	115,59	121,81	122,43	113,55
HILATURA, TEJEDURÍA Y ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES	100,00	110,27	113,37	116,88	123,31	120,32	117,05
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES	100,00	33,91	113,24	117,91	125,19	22,61	120,75
FABRICACIÓN DE TEJIDOS Y ARTÍCULOS DE PUNTO Y GANCHILLO	100,00	106,79	121,30	126,70	134,53	130,69	129,14
<b>FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES</b>	100,00	93,60	121,34	126,55	134,05	104,83	128,32
FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	100,00	93,60	124,20	131,73	138,65	104,83	135,18

Fuente: Encuesta Económica-INEC

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

De acuerdo a este índice, el cual parte de una base de 100, muestra que la industria pasó de un promedio de 100 en el 2003 a 113, 53 en el 2009 en lo que se respecta a la Fabricación de Productos Textiles. Mientras que para la Fabricación de Prendas de Vestir, en el 2003 fue de 100 y al 2009 llegó a 128,32.<sup>206</sup>

Estas cifras indican que los porcentajes de crecimiento anual de la producción no fueron altos y que el sector aún debe lidiar con dificultades como el contrabando, los altos costos en materias primas y la falta de acuerdos comerciales eficientes para incrementar su producción.<sup>207</sup>

<sup>206</sup> Cfr. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC, *Índice de Volumen Físico Industrial*, [http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu\\_est/est\\_eco/ind\\_eco/ivi?doAsUserId=W9NEZWtSVLU%25253D](http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ivi?doAsUserId=W9NEZWtSVLU%25253D). Acceso: 16 febrero 2011, 24h06.

<sup>207</sup> Cfr. NACIMBA Tamara, Op.Cit. p.31.

### 3.2.2. Evolución de la Balanza Comercial

A fin de analizar las cifras de la balanza comercial de la industria es necesario conocer los montos de las exportaciones y las importaciones realizadas por Ecuador dentro de los capítulos 54, 58, 59, 60, 61, 62 y 63, los mismos que corresponden a filamentos sintéticos, tejidos especiales, tejidos impregnados, tejidos de punto, prendas de vestir y otros artículos confeccionados, respectivamente.<sup>208</sup>

Por una parte, en lo que se refiere a las exportaciones, las cifras de la industria textil-confecciones pasaron de 48 millones de dólares en el 2001 a 132 millones para el 2009, lo que significa que los objetivos por internacionalización de los productos permitieron que exista una apertura mayor en los nichos extranjeros.<sup>209</sup>

**GRÁFICO No. 27**  
**Exportaciones del Sector Textil-Confección**



Fuente: TradeMap

Elaboración: Nathaly Alarcón R.

<sup>208</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

<sup>209</sup> Id.

El ritmo de crecimiento promedio de las exportaciones fue, durante el periodo de estudio, de 16% anual, lo que permitió que la curva se mantenga en constante ascenso con mayor notoriedad durante el año 2008 y 2009.<sup>210</sup>

De los capítulos que forman parte de este análisis, el rubro que registró predominancia fue la exportación de tejidos o telas, las prendas de vestir y las manufacturas como por ejemplo sábanas y toallas. Los principales mercados que fueron destino de estas exportaciones fueron Colombia, Venezuela y Estados Unidos, debido a la cercanía geográfica, con respecto a los dos primeros países, y a que existen acuerdos comerciales que facilitan el comercio de productos ecuatorianos.<sup>211</sup>

En lo que se refiere a importaciones, éstas evidenciaron un crecimiento similar que las exportaciones; es decir, mantuvieron un ritmo constante al alza durante los años de estudio, pues se importaron en promedio 212 millones de dólares con una variación promedio del 11% anual.<sup>212</sup>



**Fuente:** TradeMap

**Elaboración:** Nathaly Alarcón R.

<sup>210</sup> Id.

<sup>211</sup> Cfr. ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS, INTERNATIONAL TRADE CENTRE, *Exportaciones Ecuador*, Series Anuales, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx). Acceso 07 febrero 2011, 15h44.

<sup>212</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

La evolución de esta cifra muestra un descenso considerable durante el año 2009 que pasó de un monto importado de 358 millones a 217 millones de dólares. Este hecho se debe a la política gubernamental de restricción de importaciones, adoptada durante ese año que permitió que los productos pertenecientes a las partidas de esta rama económica cuenten con un porcentaje mayor de aranceles y así frenar las importaciones desmedidas de productos extranjeros a bajos costos, en este caso, los que provenían principalmente de países como China.<sup>213</sup>

Las importaciones realizadas por Ecuador corresponden mayoritariamente a las partidas de filamentos sintéticos o hilos utilizados como materias primas para el resto de los eslabones de la cadena productiva. Otro producto predominante en las importaciones son las prendas de vestir provenientes de Colombia; es decir, el mercado local se abastece por productos extranjeros que son atractivos al consumidor por las marcas comerciales e incluso por su precio sin tomar en cuenta aspectos como calidad.<sup>214</sup>

En lo que respecta al saldo comercial del sector textil-confección ecuatoriano, se puede ver con las cifras anteriormente expuestas que las importaciones tienen una ventaja sobre las exportaciones dejando como resultado una balanza comercial deficitaria que ha influido en los bajos niveles de producción anual, la cual anualmente registra un crecimiento promedio de tan solo el 4% anual.<sup>215</sup>

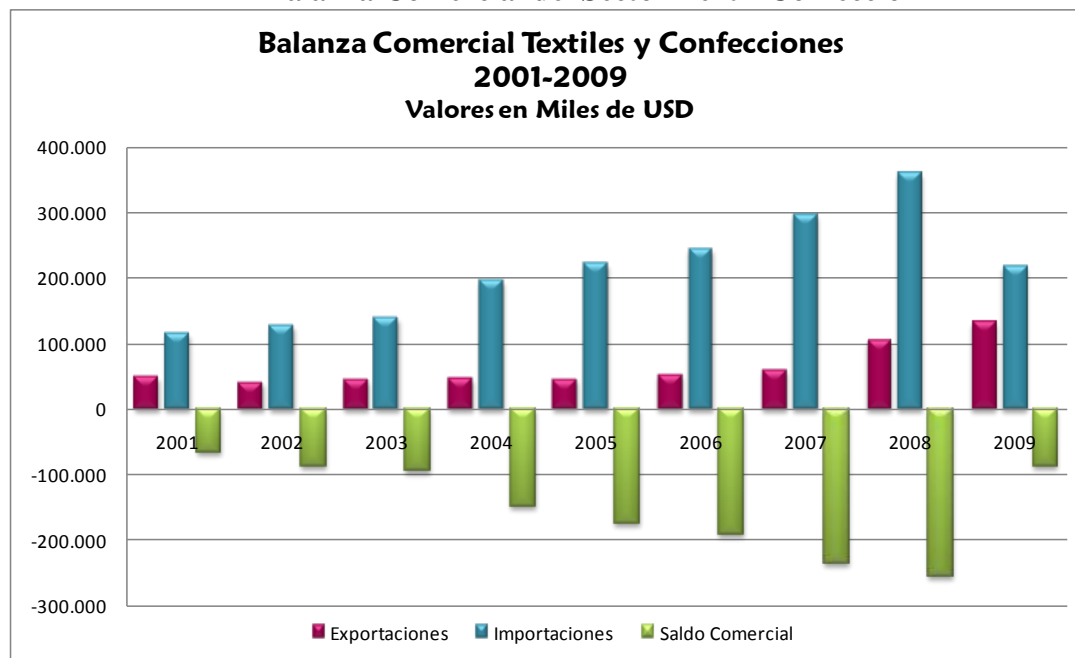
---

<sup>213</sup> Id.

<sup>214</sup> Cfr. ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS, INTERNATIONAL TRADE CENTRE, *Importaciones Ecuador*, Series Anuales, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx). Acceso 07 febrero 2011, 15h44.

<sup>215</sup> Cálculos realizados por la autora en base a las cifras de exportaciones y exportaciones tomadas de la página de Estadísticas del Comercio para el Desarrollo de las Empresas, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

**GRÁFICO No. 29**  
**Balanza Comercial del Sector Textil-Confección**



Fuente: TradeMap  
 Elaboración: Nathaly Alarcón R.

Del año 2001 al 2009, la balanza comercial mostró un saldo negativo de 148 millones de dólares y su ritmo de crecimiento ha sido constante durante los primeros ocho años del periodo de estudio. Sin embargo, para el año 2009 se evidenció una baja significativa de la cifra deficitaria, debido al incremento de aranceles y restricción de importaciones. Esta decisión gubernamental tuvo como objetivo el de nivelar el saldo negativo que registraba la balanza de pagos ecuatoriana a través de medidas que frenen las importaciones e incrementen el consumo local de productos nacionales.<sup>216</sup>

### 3.2.3. Apertura comercial y aranceles para textiles y confecciones

Una de las falencias del sector textil-confección de Ecuador ha sido el no poder encadenar a todos los eslabones productivos, puesto que la tendencia de producción se enfoca a partes específicas de la misma. Por tal motivo, la

<sup>216</sup> Cfr. VILLENA María Teresa, *Oportunidades para las prendas de vestir en el Ecuador*, Consejera Económica Comercia, Embajada de Perú, presentación power point, julio 2007, I.18.



sensibilidad comercial de los eslabones es mayor cuando se trata del tema arancelario.<sup>217</sup>

Desde el 2005 se ha tratado de incrementar la protección comercial a las partidas de esta rama productiva. En ese año, a través de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, se tomó la iniciativa para la propuesta de una salvaguardia que permita frenar la importación de productos provenientes de China.<sup>218</sup>

Para el año 2009, a través de la Resolución No. 466 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) el 19 de enero, se planteó la restricción para las importaciones de 627 subpartidas a través de cupos y sobretasas arancelarias, a fin de reducir el déficit en la balanza de pagos.<sup>219</sup> Las medidas tomadas establecieron un arancel específico para la importación de tejidos y prendas de vestir de un 30% ad-valorem más 12 USD por kilo.<sup>220</sup>

Por otra parte, en lo que se refiere al grado de apertura comercial, para el año 2007, Ecuador se ubicó en el puesto 16 dentro de un análisis de 37 países. Tal como muestra el gráfico No. 30 las relaciones económicas y comerciales de Ecuador no han permitido que éste se coloque junto a otros países competitivos como Estados Unidos y Brasil.

---

<sup>217</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, Díaz Javier, *Sector Textil-Confección prioriza su agenda de desarrollo*, 2010, pp.1, 2.

<sup>218</sup> Cfr. EXPLORED ARCHIVO DIGITAL DE NOTICIAS, *Textileros reclaman salvaguardia*, 13 de enero 2005, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/textileros-reclaman-salvaguardia-195431-195431.html>. Acceso: 12 enero 2011, 16h28.

<sup>219</sup> Cfr. EXPERTISE ABOGADOS ASOCIADOS, *Cortos Económicos: Ecuador aplica medida de salvaguardia de balanza de pagos*, <http://www.expertiselaw.com/noticias/48-cortos-economicos-ecuador-aplica-medida-de-salvaguardia-de-balanza-de-pagos.html>. Acceso: 11 febrero 2001, 17h37.

<sup>220</sup> Cfr. VILLENA María Teresa Op Cit. I.18.

**GRÁFICO No. 30**  
**Apertura Comercial América Latina**



Fuente: “Internacionalización, cuál debe ser la agenda?”, Presentación PPT-ANALDEX

Elaboración: ANALDEX

Recopilación: Nathaly Alarcón R.

Estos datos son corroborados por la información publicada en el documento de Doing Business del World Bank, el cual indica que para el 2009 la facilidad de negocios e inversiones ofrecida por Ecuador no es muy atractiva para los empresarios extranjeros, pues su ubicación está en el puesto 136 de 181 países que conforman el ranking.<sup>221</sup>

<sup>221</sup> Cfr, *DOING BUSINESSREPORT 2009: Comparando la regulación en 181 economías*, The World Bank, 2009, p.17

**GRÁFICO No. 31**  
**Clasificación en facilidad de hacer negocios**  
**2009**

2009 RANK	2008 RANK	ECONOMY
122	120	India
123	119	Lesotho
124	122	Bhutan
125	126	Brazil
126	121	Micronesia
127	124	Tanzania
128	129	Morocco
129	127	Indonesia
130	128	Gambia, The
131	132	West Bank and Gaza
132	130	Algeria
133	134	Honduras
134	131	Malawi
135	150	Cambodia
136	133	Ecuador
137	140	Syria
138	145	Uzbekistan
139	148	Rwanda
140	136	Philippines
141	139	Mozambique
142	138	Iran

Fuente: Doing Business Report 2009-World Bank  
 Elaboración: World Bank  
 Recopilación: Nathaly Alarcón R

### 3.3. Modelo Inexmoda en Ecuador

El nivel de competitividad logrado por el sector textil-confección Colombia a través de Inexmoda es una de las razones que motivan a pensar en desarrollar un modelo similar dentro del Ecuador. Las actividades encaminadas al fortalecimiento de los recursos intangibles generadoras de valor agregado, así como la organización de plataformas comerciales para la apertura de nichos de negocios son parte de los beneficios que los empresarios pueden obtener de una entidad dedicada exclusivamente al sector textil-confecciones.<sup>222</sup>

En el Ecuador, llevar a cabo un proyecto como Inexmoda, no ha resultado lo suficientemente fácil y viable debido principalmente a la predisposición empresarial y a la coyuntura económica del país; sin embargo, la necesidad de crecer en materia de competitividad ha resultado imperiosa pues la expansión comercial de las

<sup>222</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Sector Textil-Confección prioriza su agenda de desarrollo*, Quito, 2010, p.2.

empresas ecuatorianas no va al mismo ritmo de aquellas de los países como Colombia o Perú los cuales han fortalecido su industria y han desarrollado medios de crecimiento conjunto.<sup>223</sup>

Estos aspectos influyen en la búsqueda de crear espacios en el Ecuador que permitan que los niveles productivos, empresariales y competitivos superen a los de los países mencionados, acorde al ritmo de las exigencias de los mercados internacionales.<sup>224</sup>

En esta sección se presentará un modelo de proyecto que permita conocer la factibilidad de desarrollar un instituto como Inexmoda en el Ecuador, tomando en cuenta el fin de su creación, así como el aspecto financiero del mismo y los beneficios para las empresas pertenecientes al sector.

### **3.3.1. Objetivos del Proyecto**

A través de una corta encuesta realizada a las empresas afiliadas a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador se puede obtener la opinión de los empresarios con respecto a su opinión sobre el nivel de competitividad del país.

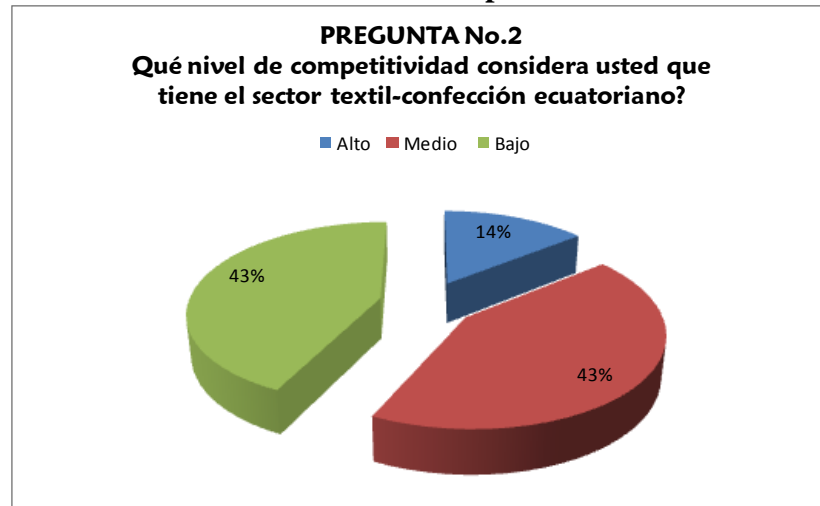
Las variables consultadas fueron “Alto”, “Medio” y “Bajo”, de las cuales el 43% consideró a la competitividad nacional es media, 43% baja y 14% alta; lo que indica que los empresarios ven a esta variable como falencia que debe ser superada.

---

<sup>223</sup> Cfr. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Ecuador y los Acuerdos Comerciales*, Quito, 2010, p.3.

<sup>224</sup> Id.

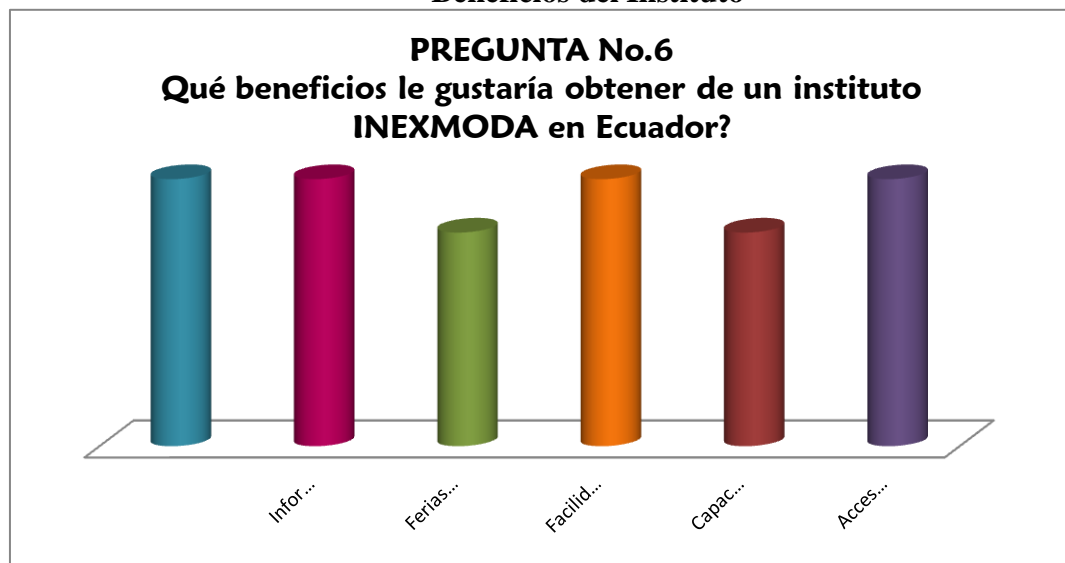
**GRÁFICO No. 32**  
**Nivel de Competitividad**



Fuente: Encuesta realizada por Nathaly Alarcón R.  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

De acuerdo a la misma encuesta, el 75% de las empresas conocen la labor de INEXMODA y su impacto en Colombia. De este número, el 100% consideran positivo y beneficioso que se pueda crear un instituto dentro del Ecuador; es decir, existe la aceptación a un proyecto dentro de las empresas afiliadas y los beneficios que buscan del instituto están relacionados a información sectorial y de tendencias, accesos a mercados y oportunidades de negocio.

**GRÁFICO No. 33**  
**Beneficios del Instituto**



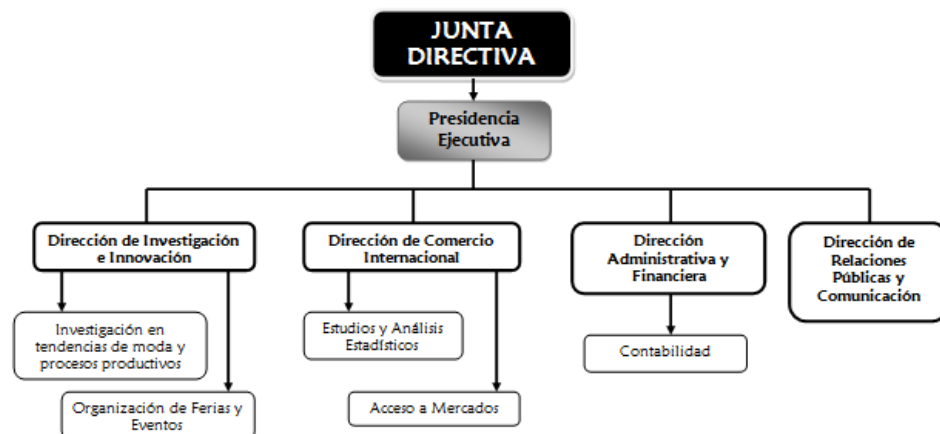
Fuente: Encuesta realizada por Nathaly Alarcón R.  
Elaboración: Nathaly Alarcón R.

De esta manera y en base a las respuestas obtenidas en el sondeo se crea el Centro de Moda y Textiles-CEMOTEX, un instituto basado en el trabajo realizado por Inexmoda de Colombia y con la misión de ser la primera institución en el Ecuador encargada de incrementar la competitividad del sector textil-confecciones mediante herramientas que fortalezcan cada uno de los eslabones de la cadena productiva.

El principal objetivo de CEMOTEX es desarrollar medios y herramientas innovadoras y de valor agregado para incrementar la competitividad del sector textil-confecciones y su accesibilidad a los mercados nacionales e internacionales.

La estructura organizacional de esta entidad se conforma de la siguiente manera:

**GRÁFICO No. 34**  
**Estructura Organizacional CEMOTEX**



Elaboración: Nathaly Alarcón R

Los ejes principales de este instituto se encuentran en las direcciones generadoras que son las de Investigación e Innovación, y Comercio Internacional. En la primera, las actividades se concentran en los siguientes objetivos y funciones:

- Elaborar estudios investigativos con respecto a las tendencias textiles, procesos productivos, diseños y moda.
- Establecer mecanismos de evolución de los productos del sector a través de la generación de nuevos conceptos de producto hasta la investigación de avances tecnológicos en los ya existentes.
- Desarrollar plataformas comerciales de alto nivel para el intercambio de productos y servicios en beneficio de las empresas y los consumidores, como ferias, misiones comerciales y eventos empresariales.
- Crear programas de capacitación en innovación y tecnología en el exterior de acuerdo a cada uno de los eslabones de la cadena productiva, y programas académicos en las instalaciones creadas para este fin en CEMOTEX.

### 3.3.2. Proyecciones financieras del instituto en Ecuador

La creación de CEMOTEX demanda de una fuerte inversión necesaria para la construcción del espacio físico del Centro, para el establecimiento y contratación del recurso humano del mismo, y para los requerimientos propios de una institución.

Primero, los activos fijos en los cuales debe invertir CEMOTEX se resumen en la tabla No.13:

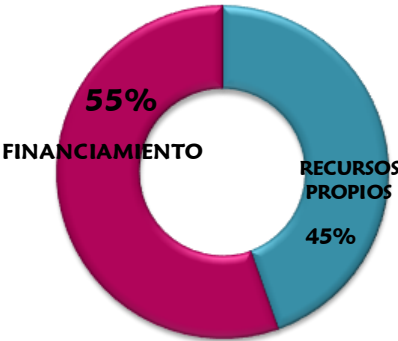
**TABLA No. 13**  
**Activos Fijos CEMOTEX**

<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	\$ 91.800,00
Maquinaria y Equipo	\$ 44.734,65
Equipo de Computación	\$ 24.412,68
Vehículos	\$ 26.917,80
Muebles y Enseres	\$ 21.990,28
Activos Diferidos	\$ 10.077,60
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 219.933,01</b>

Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

Como se puede ver, la inversión total alcanza los \$219.933,01, valor que será financiado el 45% con recursos provenientes de las empresas que formaran parte inicial del Centro, y el 55% restante a través de crédito otorgado por una institución bancaria, tal como lo muestra el gráfico No.34:

**GRÁFICO No. 35**  
**Fuentes y Usos de la Inversión**  
**FUENTES Y USOS**



Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

Los valores de la maquinaria corresponden a la adquisición de equipos industriales que equiparán las aulas los programas de aprendizaje continuo de los eslabones productivos que dictará el Centro.

El porcentaje correspondiente al financiamiento equivale \$121.855,41 el cual se lo obtendrá mediante crédito bancario bajo las siguientes condiciones:

**TABLA No. 14**  
**Condiciones de Financiamiento**

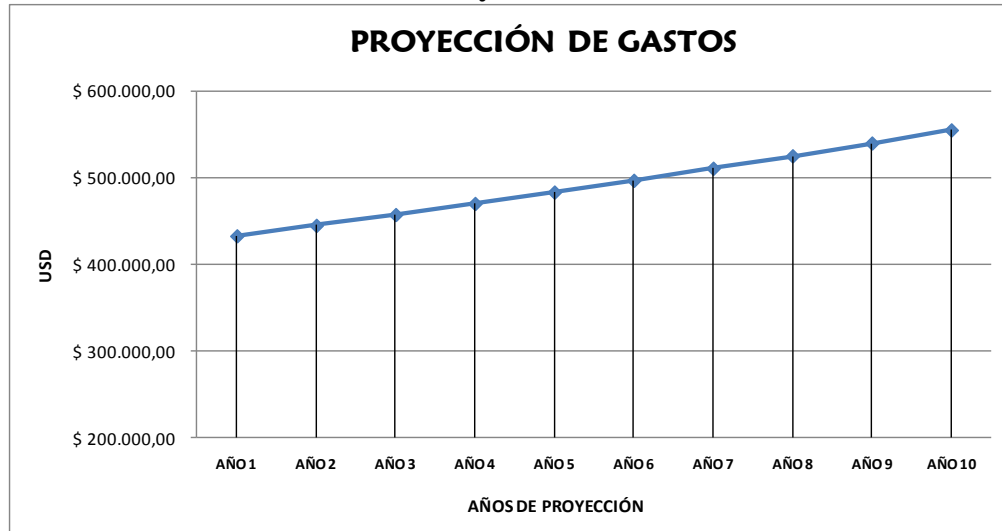
CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO	
Institución Financiera:	PRODUBANCO
Monto:	\$ 121.855,41
Intereses del crédito a largo plazo:	14%
Plazo:	5 años
Período de gracia Parcial:	1
Periodo de solicitud del crédito:	Pre-operacional

Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R



En lo relacionado a los valores de gastos que equivalen a reparaciones, depreciaciones, amortizaciones, seguros y gastos de administración ascienden en el primer año de operaciones a \$433.113,40 y a diez años las proyecciones indican que llegarán a \$555.297,97. El gráfico No.36 indica el ritmo de evolución de estos valores.

**GRÁFICO No. 36**  
**Proyección de Gastos**



Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

Por otra parte, los ingresos de CEMOTEX que serán los recursos con los cuales operará mensualmente, provienen de las cuotas de afiliación de las empresas pertenecientes al Centro las cuales inicialmente serán las que están afiliadas actualmente a los siguientes gremios:

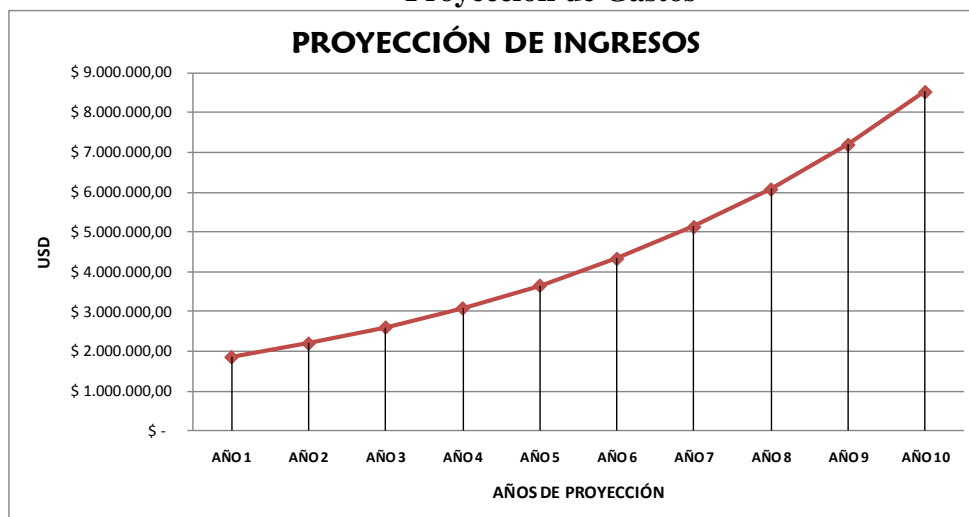
**TABLA No. 15**  
**Ingresos Iniciales-Afiliaciones**

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador	37
Cám. Comercio de Antonio Ante	257
Cám. De la Pequeña Industria del Azuay	40
Cám. De la Pequeña Industria de Pichincha	345
Cám. De la Pequeña Industria del Guayas	52
Asociación de Confeccionistas Textiles-Ambato	43
<b>Total Afiliados</b>	<b>774</b>

Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

En el primer año de operaciones, los ingresos alcanzan el \$1'857.600,00 que pertenece a la suma de las cuotas mensuales de afiliación y el mismo llega a los \$8'526.440,93, pues estas cuotas se incrementan 3% anual al igual que número de afiliaciones el cual crece un 15% en el mismo periodo.

**GRÁFICO No. 37**  
**Proyección de Gastos**



Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

Con estos datos se ha calculado los principales indicadores financieros que mostraran si la realización de este proyecto es factible y rentable, en la tabla No. 16 se muestra un resumen de estos datos:

**TABLA No. 16**  
**Resumen Principales Indicadores**

RESUMEN DE INDICADORES			
Renta Simple =Prom Util. / Invers. Neta			
R.S. =	11,52		
V.A.N. =	10.134.885		
T.I.R. =	45,30%		
P.R.C.A.=	100/ TIR	2,207	años
2	2	14	
AÑOS	MESES	DIAS	
R <sup>B</sup> /c =	6,31		

Fuente: Nathaly Alarcón R-Estudio de Pre-factibilidad- CEMOTEX  
Elaboración: Nathaly Alarcón R

Como se puede ver, el Valor Actual Neto alcanza los diez millones de dólares lo que significa que la inversión realizada inicialmente llegará a ese valor dentro de diez años. En lo que respecta a la Tasa Interna de Retorno o tasa de rentabilidad se encuentra en el 45% lo que significa que este indicador también muestra que la inversión generará beneficios a un interés mayor que la tasa de interés bancaria.

De igual forma, el Período de Recuperación del Capital indica que la inversión ser recuperará en un periodo de dos años, dos meses y catorce días, lo que significa que al ser este tiempo corto, incluso menor a los años del financiamiento permitirá que las cuentas financieras se mantengan estables y que sean mayores las ganancias y que se pueda reinvertir el capital ya recuperado en nuevos proyectos. En lo relacionado al indicador Relación Beneficio/Costo muestra que por cada dólar invertido en este proyecto, generará \$6,31 de ganancia o beneficio, lo cual es un punto financieramente a favor para llevar a cabo la construcción e inicio de operaciones de CEMOTEX.

### **3.3.3. Beneficios para la industria ecuatoriana en producción, ventas y capacidad competitiva**

Aparte de la rentabilidad financiera generada por el proyecto existen otros beneficios para las empresas pertenecientes al sector en aspectos relacionados a incremento de la producción, ventas y capacidad competitiva.

- Beneficios en Producción.-CEMOTEX tiene entre sus objetivos la promoción y fortalecimiento del conocimiento del recurso intangible. Bajo este concepto, los programas de aprendizaje continuo permitirán que el manejo eficiente de los procesos de producción incremente su capacidad logrando que los productos fabricados sean de mejor calidad, realizados a gran escala y en menores tiempos de industrialización. Los seminarios y capacitaciones relacionadas a tendencias, así como las ferias permitirán que

las empresas tengan mayor acceso a maquinaria de mejor calidad y que las personas quienes las operan conozcan el funcionamiento de las mismas.

- Beneficios en Ventas.-CEMOTEX se encargará de diseñar ferias que permitan el acercamiento entre productor y cliente creando espacios de negocios dentro el ámbito local. En lo que respecta a la expansión de las exportaciones, las misiones comerciales y las investigaciones para acceso a mercados crearán nichos en los países en los cuales aún los productos ecuatorianos no se hayan instaurado con fuerza; y este tema está ligado al mejoramiento de la calidad de los productos y su valor agregado lo que será atractivo para los importadores.
- Beneficios en Competitividad.- los beneficios tanto en producción como en ventas lograrán que la competitividad de las empresas se incremente pues al existir mayor variedad en la oferta, la demanda se torna exigente lo que permite que las empresas se involucren en espacios de competencia propios del mercado pero con mejores recursos. Esto a la vez trae consigo que el sector a nivel país mejor la oferta exportable siguiendo el ritmo competitivo de los países de la región.

### 3. ANÁLISIS

Tanto la descripción de los detalles mencionados en cada capítulo, así como las realidades y principales características, son la base en la cual se sustentará el análisis para poder demostrar la hipótesis planteada; es decir, si de acuerdo a la situación del sector textil-confección ecuatoriano, comparándolo al desarrollo de la industria colombiana, es posible la implementación de un instituto de intangibles y competitividad como es el caso de Inexmoda.

En aspectos laborales, la creación de Inexmoda permitió que las cifras de empleo de la industria a nivel país alcancen los 500 mil empleos directos generados anualmente. Éste incremento está ligado al aumento de la producción en fábrica de las empresas de 45 millones de dólares, pues al tener esta cantidad de personas debidamente capacitadas la estructura productiva tiende a crecer. Para ello fue necesario desarrollar un sistema productivo del sector con constantes capacitaciones e información actualizada el cual fue manejado por Inexmoda como parte de las estrategias competitivas para el desarrollo de la industria, al igual que las ferias y las misiones comerciales que han beneficiado a las empresas textil-confeccionistas y de los sectores afines en ventas y expectativas de negocios por cerca de 13 millones de dólares, cifra que está relacionada con el ritmo de crecimiento de las exportaciones alcanzadas por Colombia en particular en las prendas de vestir que son las que participan con el 52% de este rubro.

Las cifras colombianas se diferencian de las ecuatorianas pues en el Ecuador más de 50.000 personas se encuentran trabajando directamente. Esto significa que, el factor humano, siendo mayor en uno de los dos países, tiene un gran peso desde el punto de vista competitivo pues es abundante, y es uno de los ámbitos en el cual un centro especializado para el sector podría ser un soporte para fomentar el nivel de especialización del recurso intangible.

El número de empresas creadas e instauradas en cada país también es una determinante para el análisis comparativo entre Colombia y Ecuador; por un lado

existen un poco más de 500 empresas entre textiles y confeccionistas en el Ecuador, mientras que en Colombia hay alrededor de 1500 en ambos eslabones, sin contar con el resto de empresas que conforman el cluster productivo; es decir, los sectores afines. Esto de hecho se evidencia en la productividad y en la cantidad de mercados alcanzados y en la diversificación de los mismos. La diferencia se marca en aspectos competitivos como los precios, calidad y valor agregado, temas en los cuales Colombia ha sabido aprovechar de mejor manera que el sector ecuatoriano.

Las actividades por crear acceso a mercados y espacios comerciales para incrementar las ventas no son comparadas entre estos dos países pues en Ecuador pues al no existir un instituto dedicado a esta labor ha causado que los diferentes gremios busquen indistintamente las formas para que las empresas encuentren vías para aumentar la productividad y la rentabilidad. Los efectos de Inexmoda en Colombia y la realidad de éste sector en comparación con la industria ecuatoriana llevan a analizar la posibilidad de tomar el ejemplo colombiano como una estrategia para aumentar los niveles competitivos ecuatorianos y mejorar la estructura productiva del sector. En este aspecto, el modelo denominado en este proyecto como Cemotex muestra financieramente y empresarialmente lo rentable y positivo de hacer realidad un proyecto de esta magnitud; es decir, crear una entidad exclusiva del sector como vía para desarrollar aspectos comerciales, competitivos e innovadores para la industria.

#### 4. CONCLUSIONES

La hipótesis se cumple por los siguientes factores:

- El factor humano del sector en Ecuador no es abundante y tampoco ha sido eficientemente utilizado al contrario de Colombia en donde este recurso es la base de la competitividad.
- La capacidad productiva de nuestro país aun es limitada, no sólo en cuanto a cantidad, sino también en variedad, pues no tienen potencial en innovación. En comparación con Colombia, la industria ecuatoriana es aun un sector naciente, no por los años de experiencia, sino por su evolución, es destacable el hecho de la velocidad con la cual han realizado cambios.
- La estructura productiva textil ecuatoriana se ha caracterizado por estar compuesta por los eslabones básicos; es decir, que no ha incluido a sectores afines o complementarios que le permitan incrementar su competitividad. Al contrario, Colombia se muestra como un compendio de sectores que permiten llegar al consumidor con mejores ofertas, ya sea en calidad, eficiencia, precio y cantidad.
- Las ferias colombianas organizadas cada año tienen gran convocatoria en la región en lo relacionado a moda, diseño, textiles y confección. Tanto Colombiamoda como Colombiatex tiene una temática de personificar e identificar las necesidades de los consumidores.
- La información continua y la actualización con lo que sucede en el resto de los países con gran producción textil y confecciones es aún un aspecto poco desarrollado en el Ecuador.
- Existe una carencia en cuanto a información actualizada del sector pues no existen datos oficiales que permitan conocer su realidad, y usarlo como una herramienta de toma de decisiones.
- El desarrollo del modelo de Inexmoda en Ecuador requiere de altos recursos económicos; sin embargo, los indicadores financieros y las proyecciones muestran datos favorables para las empresas que pueden pertenecer a éste

centro; es decir, financieramente es un proyecto rentable y beneficioso para la industria.

- La diferencia entre los sectores de Colombia y Ecuador es marcada en cuanto a los aspectos de productividad, empleo y comercio exterior, y el ejemplo de los resultados dados por Inexmoda permiten que se abra la posibilidad de que se obtenga lo mismo en el Ecuador, pues la decisión es positiva por parte de los empresarios y es evidente la necesidad de mejorar la situación del sector.
- El impacto de esta entidad para el sector colombiano definitivamente fue positivo, ya que su labor y sus actividades son las que han marcado el ritmo competitivo de este país, lo que permite tener una línea base que se puede implementar en el Ecuador con éxito.



## 5. RECOMENDACIONES

- Analizar en estrategias que maneja Inexmoda para acoplarlas en el sector ecuatoriano, sobre todo en el aspecto de la inversión en los intangibles del sector, tanto para los ya existentes como para los que quieren y se están formando en carreras relacionadas a la industria, esto fortalecerá las bases sobre las cuales iniciará operaciones Cemotex.
- Considerar en el momento de la creación de Cemorex la interacción con los sectores afines a la industria para conformar y crear servicios y productos con tendencias vanguardistas que logren llegar al mercado local e internacional que es el objetivo del desarrollo del Centro.
- Desarrollar estudios previos a la implementación del Centro como por ejemplo la sociabilización del proyecto y los beneficios del mismo con las empresas pertenecientes al sector. La información es un poder que definitivamente genera competitividad y preparación pues permitirá conocer los intereses de los empresarios y sus necesidades.
- Comprometer al sector público en el apoyo a la creación del Centro así como al desarrollo en sí de la industria con la finalidad de que se pueda obtener beneficios por parte del Gobierno y facilidades para negociaciones con otros países en cuanto a política comercial o laboral. Esto permitirá y facilitará el cumplimiento de las metas de la institución en cuanto a diversificación los nichos de mercado y al incremento la demanda y las exportaciones ecuatorianas.
- Incentivar a la industria para que ésta incremente su capacidad productiva instalada a través de inversiones en tecnología y en infraestructura con el fin que se pueda visualizar con mayor rapidez los resultados que puede ofrecer las estrategias competitivas del Centro.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros**

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Un caso exitoso de liderazgo-Sistematización de la Experiencia de Inexmoda*, Documentos Comunidad Cluster, Medellín, Colombia 2006.

MULTIENLACE, *Análisis Sectorial: Industria Textil*, Enero 2011.

PORTER Michael, *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, Plaza & Janes Editores S.A., Barcelona, 1991.

THE WORLD BANK, *Doing Business Report 2009: Comparando la regulación en 181 economías*, 2009.

### **Artículos**

Diario Hoy, *Más de \$1 millón en ventas en feria textil*, Quito, 11 de junio 2009, Sección Dinero, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/mas-de-1-millon-en-ventas-en-feria-textil-352714.html>.

### **Boletines**

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Censo Textil-Confección 2009-2010*, Quito, febrero 2010.

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, Díaz Javier, *Sector Textil-Confección prioriza su agenda de desarrollo*, 2010.

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, Díaz Javier, *Ecuador y los Acuerdos Comerciales*, Quito, 2010

CÁMARA ALGODÓN, FIBRAS, TEXTIL, CONFECCIONES-ANDI, *Mañana se define la suerte de Ascoltex*, Boletín No.58, Mayo 2010, [http://www.andi.com.co/pages/proyectos\\_paginas/contenido.aspx?pro\\_id=301&IdConsec=1533&clase=9&Id=26&Tipo=2](http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/contenido.aspx?pro_id=301&IdConsec=1533&clase=9&Id=26&Tipo=2)

### **Entrevistas**

DÍAZ Crespo Javier, Presidente Ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, Quito, 23 marzo 2010.

SALGADO Ivonne, Directora del Departamento Técnico, entrevista, *Estructura Arancelaria en Colombia*, Quito, 13 enero 2011.

## Web

ABAD Carolina, *Historia puntada por puntada*, Biblioteca Virtual de Arte en Colombia, <http://www.colarte.com/colarte/conspintores.asp?idartista=7960>

ALCALDÍA DE MEDELLÍN, *Manual para invertir en Medellín en el sector textil-confección*, Medellín-Colombia 2006, documento PDF, p. 22, [http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/V\\_medellin/obj/pdf/Manual%20inversion%20textil%20confeccion%202006.pdf](http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/V_medellin/obj/pdf/Manual%20inversion%20textil%20confeccion%202006.pdf)

ALCALDÍA DE MEDELLÍN, *Oportunidades de inversión en el sector textil, confección, diseño y moda de Medellín Colombia*, documento SlideShare, p.27, <http://www.scribd.com/doc/31892727/Sector-Textil-Confeccion-Diseno-y-Moda-en-Medellin>

ALTA CONSEJERÍA PARA LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL COLOMBIA, *Diversificar exportaciones: reto del país*, <http://www.altaconsejeriapresidencia.gov.co/Es/Prensa>

AMÉRICALATE-PORTAL PUBLICITARIO Y EMPRESARIAL, *Colombiatex: llega la feria textil más importante de la región*, viernes 15 de enero 2010, <http://www.americalate.com/2010/01/15/colombiatex-llega-la-feria-textil-mas-importante-de-la-region/>.

ARISTIZABAL Nestor, *Identificación de estrategias de mercados meta de los sectores metalmecánico, textil-confecciones y alimentos de la ciudad de Manizales*, Universidad Nacional de Colombia, 2005, documento PDF, <http://www.bdigital.unal.edu.co/1107/1/nelsonaristizaballopez.pdf>

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Acerca de la AITE*, <http://www.aite.com.ec>

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR, *Industria Textil-Historia y Actualidad*, [http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&Itemid=12)

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PRODUCTORES TEXTILES, *Colombia Textil*, Publicación oficial de Acoltex, Edición No.147, Editora Digital Express, Medellín-Colombia, mayo 2008, documento PDF, [http://acoltex.com/pdfs/revista\\_147.pdf](http://acoltex.com/pdfs/revista_147.pdf).

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA-ANDI, *Sector Textil, Confecciones y Moda Colombia*, <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=26&Tipo=2>

AYALA María Victoria, *Situación Actual de la Franquicia en Colombia*, Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, documento PDF, <http://www.escuelaing.edu.co/micrositio/admin/documentos/la%20franquicia.pdf>

BRITO Tatiana, *Manual de Acceso a Mercados del Sector Textil, Confección, Diseño y Moda Colombiano*, Departamento de Coordinación de Inteligencia Económica, Instituto para la Exportación y la Moda, Septiembre 2009, <http://www.inexmoda.org.co/Portals/0/doc/PDF/ManualMercados.pdf>

CÁMARA DE INDUSTRIALES DE PICHINCHA, *Perfil de la Industria Textil*, <http://www.cip.org.ec/Perfil%20de%20la%20Industria%20Textil%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5d.pdf>.

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Estructura Empresarial por Actividad Económica*, documento PDF, [http://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documents/servicios\\_empresariales/pdf/actividad\\_economica.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documents/servicios_empresariales/pdf/actividad_economica.pdf)

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Misión y Visión del Cluster Textil-Confección*, <http://www.camaramed.org.co/confeccion/misionVision.html>

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA, *Quiénes somos*, <http://www.camaramedellin.com.co/Quiénessomos/Historiamisiónyvisión/tabid/72/Default.aspx>

CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE PICHINCHA, *Sector Textil*, [http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=15&id=64&Itemid=84](http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=15&id=64&Itemid=84)

CANO Carlos Andrés, *Evaluación de la dinámica e incidencia del Certificado de Reembolso Tributario-CERT- en las exportaciones no tradicionales colombianas*, Revista Ecos de Economía, No. 16. Medellín, Marzo 2003, documento PDF, <http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/D56301F9-4C2D-4013-9997-40270777C041/102/16Art99.PDF>.

CARABALÍ Beatriz, *Balance y cierre de Colombiatex 2010*, Gente Elite-revista electrónica, sección Eventos, <http://www.genteelite.com/eventos/colombiatex-americas-inexmoda-2010-resumen-balance-fotos.php>

CARMONA Rafael y GIL Juan Diego, *Competitividad y Retos en la productividad del cluster textil, confección, diseño y moda en Antioquia*, Revista Ciencias Estratégicas Vol.16-No 20, documento PDF, p. 14, [http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=2991261...0](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2991261...0) Acceso: 30 marzo 2010, 23h35.

CARRILLO Daniela, *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Junio 2010, documento PDF, [http://www.inec.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId=954942&name=DLFE-3802.pdf](http://www.inec.gob.ec/c/document_library/get_file?folderId=954942&name=DLFE-3802.pdf)

COLOMBIA-PORTAL OFICIAL DE TURISMO, *Colombiamoda de Medellín: las mejores marcas de ropa del mundo en Colombia*, sección Ferias y Fiestas, julio 2007, <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/ferias-y-fiestas/julio/colombiamoda-de-medellin>.

COMERCIO EXTERIOR EN AMÉRICA Y ESPAÑA, *Colombia exporta 60 millones de dólares en insumos textiles*, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>

CREDISEGURO S.A., *Informe Sector Textil y Confecciones Colombiano*, Análisis Sectorial, Marzo 2010, Medellín-Colombia, documento PDF, [http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME\\_SECTOR\\_TEXTIL\\_Marzo\\_2010.pdf](http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME_SECTOR_TEXTIL_Marzo_2010.pdf)

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DE COLOMBIA, *Cifras de empleo sectorial de las Estadísticas de Competitividad de la industria*, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/Competitividad/Estad%C3%ADsticas.aspx>

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, COLOMBIA, *Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación*, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/CienciayTecnolog%C3%ADaeInnovaci%C3%B3n/Estad%C3%ADsticas.aspx>

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DE COLOMBIA, *Textil Confecciones*, documento PDF, <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DDE/Textiles.pdf>

DIARIO EL DINERO, *Lo que se debe saber del Programa de Transformación Productiva*, sección Negocios Online, [http://www.dinero.com/negocios-online/Noticias\\_37.aspx](http://www.dinero.com/negocios-online/Noticias_37.aspx)

DIARIO EL DINERO, *US\$84 millones reportó misión de Proexport en Colombiatex*, Bogotá, sección Noticias, 02 marzo 2010, [http://www.dinero.com/actualidad/noticias/us84-millones-reporto-mision-proexport-colombiatex\\_68352.aspx](http://www.dinero.com/actualidad/noticias/us84-millones-reporto-mision-proexport-colombiatex_68352.aspx)

DIARIO EL MUNDO VERSIÓN ONLINE, *Prenden motores en Colombiamoda*, Sección Económica, [http://www.elmundo.com/sitio/noticia\\_detalle.php?idedicion=1737&idcuerpo=1&dsuero=Secci%C3%B3n%20A&idseccion=5&dsseccion=Econ%C3%B3micas&idnoticia=89734&imagen=&vl=1&r=articulos\\_operaciones.php](http://www.elmundo.com/sitio/noticia_detalle.php?idedicion=1737&idcuerpo=1&dsuero=Secci%C3%B3n%20A&idseccion=5&dsseccion=Econ%C3%B3micas&idnoticia=89734&imagen=&vl=1&r=articulos_operaciones.php).

DIARIO EL TIEMPO, *El sector textil y de la confección se destaca en todo el mundo*, Sección Otros, 29 julio 2009,  
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>

DIRECCIÓN NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, *Empleos plenos en el sector manufacturero*, <http://www.dane.gov.co>

DIRECCIÓN NACIONAL DEL SENA, *Inversión social del SENA en el sector textil 2002-2006*, documento PDF,  
[www.sena.edu.co/.../CARTILLA%20SECTOR%20TEXTIL%202002-2006.pdf](http://www.sena.edu.co/.../CARTILLA%20SECTOR%20TEXTIL%202002-2006.pdf).  
Acceso: 30 marzo 2010, 23h35

EMPRESA PAYLANA, *Procesos Productivos*, Uruguay,  
<http://rodcastro.com/webs/paylana/proceso.html>.

ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS, International Trade Centre, <http://www.trademap.org/>.

EXPERTISE ABOGADOS ASOCIADOS, *Cortos Económicos: Ecuador aplica medida de salvaguardia de balanza de pagos*,  
<http://www.expertiselaw.com/noticias/48-cortos-economicos-ecuador-aplica-medida-de-salvaguardia-de-balanza-de-pagos.html>

EXPLORED ARCHIVO DIGITAL DE NOTICIAS, *Textileros reclaman salvaguardia*, 13 de enero 2005, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/textileros-reclaman-salvaguardia-195431-195431.html>

FASHION CREATOR TV MAGAZINE ONLINE, *Misión Milan-Plataforma de Innovación para el sector textil-confección*,  
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4073482>

FERIA DE-FERIAS Y EVENTOS, *Colombiatex de las Américas*,  
[http://www.feriade.com/colombiatex\\_de\\_las\\_americas\\_textil.php](http://www.feriade.com/colombiatex_de_las_americas_textil.php)

FERIAS Y CONGRESOS DEL MUNDO, *Salón Textil Tendencias 2009-2010 todo listo en un espacio que reúne a textiles y confeccionistas del país*, Junio 2009,  
<http://feriasycongresosdelmundo.com/index.php/salon-textil-tendencias-2009-2010-todo-listo-en-un-espacio-que-reune-a-los-textileros-y-confeccionistas-del-pais/>

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO TEXTIL Y CONFECCIONES-FUNDETEX, *Cursos de Formación*, <http://www.fundetex.com/cursos.html>

GAMARRA Jorge, *Estrategias de competitividad para el sector de confecciones utilizando la tecnología como el promotor de las mismas*, documento PDF,  
[http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge\\_Gamarras\\_Competitividad.pdf](http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge_Gamarras_Competitividad.pdf)  
[http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge\\_Gamarras\\_Competitividad.pdf](http://jorgegamarra.com/Documents/Jorge_Gamarras_Competitividad.pdf)

GARAY Luis, *Certificado de Reembolso Tributario-CERT-*, Biblioteca Virtual Luis Arango, <http://www.lablaa.org/blaavirtual/economia/industralatina/164.htm>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS-INEC, *Encuesta de Manufactura y Minería*, serie histórica 1993-2007, [http://www.inec.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?folderId=23645&name=DLFE-22123.pdf](http://www.inec.gob.ec/c/document_library/get_file?folderId=23645&name=DLFE-22123.pdf)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS-INEC, *Índice de Volumen Físico Industrial*, [http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu\\_est/est\\_eco/ind\\_eco/ivi?doAsUserId=W9NEZWtSVLU%25253D](http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ivi?doAsUserId=W9NEZWtSVLU%25253D)

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Competitividad e Internacionalización*, <http://www.inexmoda.org.co/Productosyservicios/CompetitividadInternacionalizaci%C3%B3n/tabid/269/Default.aspx>.

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Colombiatex de las Américas 2010*, <http://www.inexmoda.org.co/tabid/3910/language/es-ES/Default.aspx>

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Informe de Sensibilidad y Conceptos de Moda-ISCI*, <http://www.inexmoda.org.co/isci/Informaci%C3%B3nGeneral/tabid/591/Default.aspx>

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA-INEXMODA, *Full package: retos, compromisos y evolución*, Comunicado Julio 2007, <http://www.inexmoda.org.co/Comunicadosoficiales/Colombiamoda/2007/FullPackageRetoscompromisosyevoluci%C3%B3n/tabid/378/Default.aspx>

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA-INEXMODA, *El Sector Textil y de Confección Colombiano*, <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfeccion/ElSectorTextilydeLaConfeccionColombiano>.

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA- COLOMBIAMODA 2010, *Balance de la feria anterior*, <http://www.inexmoda.org.co/colombiamoda2010/LanuevaColombiamoda/Balancedeferiaanterior/tabid/4187/language/es-ES/Default.aspx>.

INSTITUTO PARA LA EXPORTACIÓN Y LA MODA, *Laboratorio de la Moda*, <http://www.inexmoda.org.co/isci/LaboratoriodeModa/tabid/608/Default.aspx>

INSTITUTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN Y LA MODA, *Sobre Inexmoda*, Colombiamoda 2010,  
<http://www.inexmoda.org.co/AcercadeInexmoda/tabid/4250/language/es-ES/Default.aspx>

MANGO, *Detrás de la marca*,  
<http://www.mango.com/oi/index.html?alias=servicios#company#es&principal=&branch=empresa>

MARIN Ancizar, *El neoliberalismo y su impacto en la internacionalización económica de la industria textil colombiana 1990-2000*, Escuela Superior de Economía, México 2002, documento PDF,  
[http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/757/1/1130\\_2002\\_ES\\_E\\_MAESTRIA\\_marin\\_correa\\_ancizar.pdf](http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/757/1/1130_2002_ES_E_MAESTRIA_marin_correa_ancizar.pdf)

MARTINEZ Piedad, *Influencia en la promoción de exportaciones en el desarrollo exportador de las pymes*, Universidad del Norte, Colombia, Documento PDF,  
[http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento\\_gestion/23/1\\_Influencia%20de%20promocion.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/23/1_Influencia%20de%20promocion.pdf)

MÁS EXPANSIÓN-REVISTA DE FRANQUICIAS, *Mango se expande en Colombia*,  
[http://www.masfranquicias.com/masexpansion/contenidos/contenido.php?contenido=mango\\_abrira\\_nuevos\\_puntos\\_de\\_venta\\_en\\_colombia](http://www.masfranquicias.com/masexpansion/contenidos/contenido.php?contenido=mango_abrira_nuevos_puntos_de_venta_en_colombia)

MÁS FRANQUICIAS-EL PORTAL DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA, *Americanino*,  
<http://www.masfranquicias.com/directorio/franquicia.php?franquicia=americanino>

MAS FRANQUICIAS-EL PORTAL DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA, *Cámara de Comercio crea municipios competitivos*, sección Actualidad, 05 enero 200,  
[http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=camara\\_de\\_comercio\\_crea\\_municipios\\_competitivos](http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=camara_de_comercio_crea_municipios_competitivos).

MELINA Laura, *Proyecto Emprendimiento III Confecciones Junior Baby*, Instituto de Educación Superior Bucaramanga-Colombia, documento Word, p.07,  
[emprendimientoiiimercadeo.wikispaces.com/.../CONFECCIONES+JUNIOR+BABY.doc](http://emprendimientoiiimercadeo.wikispaces.com/.../CONFECCIONES+JUNIOR+BABY.doc)

MERIZALDE Nathalia, *Sector Textil: Tendencia Ecología Textil*, Contacto-i Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia-Medellín, [http://www.contacto-i.org/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=689&catid=3&Itemid=67](http://www.contacto-i.org/site/index.php?option=com_content&view=article&id=689&catid=3&Itemid=67).



MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD, *Política Industrial*,  
[http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=349&Itemid=123](http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=349&Itemid=123).

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA,  
*Resolución 0010 -2007 sobre investigación de caso de Dumping interpuesto por ASCOLTEX*, documento PDF,  
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Normatividad/resoluciones/2007/Resolucion-0010-2007.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, *Planeación Estratégica Sectorial*,  
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5176&idcompany=1>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN, PESCA Y COMPETITIVIDAD, *Competitividad Industrial del Ecuador*, julio 2004, documento PDF.

MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD, *Programas*,  
[http://www.mcpec.gov.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=90&Itemid=101](http://www.mcpec.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=90&Itemid=101).

MUÑOZ Natalia, *Control Estadístico del Proceso de una Planta de Confección de Ropa Interior Femenina*, Proyecto de Grado, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín, 2005, documento PDF, p. 25,  
<http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.562M971/capitulo3.pdf>

NACIMBA Tamara, *Análisis de la Balanza Comercial Textil, su participación en el PIB Industrial No Petrolero y principales determinantes que inciden en el crecimiento de las exportaciones e importaciones ecuatorianas del sector, periodo 2000-2008*, Escuela Politécnica Nacional, documento PDF,  
<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2256/1/CD-2989.pdf>

NAVARRO Rosalba, *La Moda en Colombia*,  
<http://coldfusion2k0.tripod.com/main.html>.

ORTIZ Mayra, *Análisis de Pre-factibilidad para la creación de una empresa de maquila para la confección*, Proyecto de Grado, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín, Octubre 2005, documento PDF,  
<http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.110775/Capitulo1.pdf..>

PÁGINA WEB DE ECONOMÍA, FINANZAS, MICROECONOMÍA Y MACROECONOMÍA, *Factores de Producción*,  
<http://www.tueconomia.net/fabricacion-y-produccion/factores-de-produccion.php>.

PROEXPORT COLOMBIA, *Estudio de Mercado: Ropa de hogar en Ecuador*, documento PDF, p.20,  
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8714DocumentNo7178.PDF>

PROEXPORT COLOMBIA, *Importancia del sector textil-confección en Colombia y atractivos de inversión*, documento PDF,  
<http://www.wefcolombia.com/pdfs/TEXTILES%20WEF.pdf>

PROEXPORT COLOMBIA, *Qué es logística on-line?*,  
<http://www.proexport.com.co/SIICExterno/controles/Noticias.aspx?IdNews=2118&Titulo=NOTICIAS&Menu=Logistica&Header=Logistica>

PROEXPORT COLOMBIA, *Quienes somos*,  
[http://www.proexport.com.co/VBeContent/newsdetail.asp?id=313&idcompany=16&ItemMenu=5\\_250](http://www.proexport.com.co/VBeContent/newsdetail.asp?id=313&idcompany=16&ItemMenu=5_250)

PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA, *Textil, Confección, Diseño y Moda*,  
<http://www.transformacionproductiva.gov.co/NewsDetail/437/1/TextilConfeccionDisenoYModa>

PRODUCTOS DE COLOMBIA, *Confecciones, Textiles y Algodón*,  
[http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones\\_Y\\_Textiles.asp](http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Confecciones_Y_Textiles.asp)

SALAZAR Karen, *Plan Estratégico de Marketing para la fábrica de ropa Ebotex S.A.*, Escuela Politécnica del Ejército, Tesis de Grado para la obtención del título en Ingeniería en Mercadotecnia, documento PDF,  
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1603/1/T-ESPE-014526.pdf>

SALÓN DE LA MODA -CORFERIAS, *Industria textil genera más de 800.000 empleos*, Bogotá, documento PDF, p.1,  
[http://www.salondelamoda.com/Archivos/BOLETIN\\_CIFRAS.pdf](http://www.salondelamoda.com/Archivos/BOLETIN_CIFRAS.pdf)

SANCHEZ Yván, *Optimización del cálculo de recursos productivos para cotización en una empresa de confecciones*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú, documento PDF,  
[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez\\_ay/cap1.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez_ay/cap1.pdf)

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, *Historia del SENA*,  
<http://www.sena.edu.co/Portal/Dirección+General/Historia+del+SENA/>

UNIVERSIDAD DEL ISTMO, *El Diamante de Porter*,  
<http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2005/14070.pdf>

VAN DER BRUGGEN Monserrat, *El Sector Textil en Colombia*, Dirección General de Comercio del Departamento de Industria de Cataluña, Bogotá, 1998, documento PDF, <http://www.copca.com/.docs/copca/textcol.pdf>.

VILLAREAL Cotel, *Producción de textiles: proceso de hilatura, colorante, telar y sus variantes tintura*, Indumentaria y Moda, <http://indumentariaymoda.com/2009/06/14/produccion-de-textiles-proceso-de-hilatura-colorante-telar-y-sus-variantes-tintura/>

### **Presentaciones Power Point**

Cámara de Industriales de Pichincha, *Perfil de la Industria Textil*, presentación power point, julio 2007.

INSTITUTO DE CODIFICACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL DE COLOMBIA- IAC, *Programa Materia Prima Textil e Insumos para la Confección*, <http://www.iaccolombia.org/images/iac/publicaciones/PRESENTACION%20INICIAL%20PROGRAMA.pdf>

MEJÍA Bertha Lucía, *Textil, Confección, Diseño y Moda: Líder en nichos globales*, Programa de Transformación Productiva, Bogotá, noviembre 2009, presentación power point, <http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/5%20%20TP-TCDM-Presentacion%20lanzamiento%20>

PROEXPORT COLOMBIA Y MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, *Industria Textil-Confecciones*, Invierta en Colombia, presentación power point, Septiembre 2009, Colombia, [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081\\_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf)

OSPINA DUQUE Roque, *Inexmoda*, presentación power point, Medellín, Colombia.

TRUJILLO Paula, *Fortaleciendo Relaciones con Ecuador*, presentación power point, octubre 2009.

VILLENA María Teresa, *Oportunidades para las prendas de vestir en el Ecuador*, Consejera Económica Comercial, Embajada de Perú, presentación power point, julio 2007.

VOLPE Christian, *¿Es efectiva la promoción de las exportaciones en América Latina y el Caribe?*, Banco Interamericano de Desarrollo, presentación power point, Córdoba, febrero 2009, [http://www.procordoba.org/images\\_db/noticias\\_archivos/270\\_Presentaci%C3%B3n%20Christian%20Volpe.pdf](http://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/270_Presentaci%C3%B3n%20Christian%20Volpe.pdf)